

**PENGARUH INOVASI PRODUK, STRATEGI DIGITAL MARKETING, DAN
STRATEGI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN GUNAWAN GUNTING SAGA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH:
DINA JUWITA SASTIKA SIAGIAN
2201500390

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAU PRAPAT
2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DINA JUWITA SASTIKA SIAGIAN
NPM : 2201500390
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI PRODUK, STRATEGI
DIGITAL MARKETING, DAN STRATEGI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEBELIAN
KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
GUNAWAN GUNTING SAGA

RANTAUPRAPAT, MARET 2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

YUNIMAN ZEBUA, S.E., M.M
NIDN. 117067201

PEMBIMBING PENDAMPING

PITRIYANI, SE., M.M
NIDN. 0107098902

MENYETUJUI:

DEKAN

Dr. ZULKARNAIN NASUTION, SE., M.Si
NIDN. 0116087401

KAPRODI MANAJEMEN

YUNIMAN ZEBUA, S.E., M.M
NIDN. 117067201

ABSTRAK

Dina Juwita Sastika Siagian, NPM: 2201500390, “Pengaruh Inovasi Produk, Strategi Digital Marketing, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Gunawan Gunting Saga”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu, 2026. Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, strategi digital marketing, dan strategi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rumah Makan Gunawan Gunting Saga. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Gunawan Gunting Saga. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow sehingga diperoleh sampel sebanyak 125 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, strategi digital marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan strategi harga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan inovasi produk, strategi digital marketing, dan strategi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rumah Makan Gunawan Gunting Saga. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi menu, pemanfaatan media digital dalam pemasaran, serta penetapan harga yang sesuai dapat meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, strategi digital marketing, dan strategi harga memiliki peranan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada usaha kuliner. Oleh karena itu, pelaku usaha diharapkan dapat terus mengembangkan inovasi produk, memaksimalkan strategi pemasaran digital, serta menetapkan harga yang kompetitif agar mampu meningkatkan daya saing usaha dan menarik lebih banyak konsumen.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Strategi Digital Marketing, Strategi Harga, Keputusan Pembelian Konsumen.

ABSTRACT

Dina Juwita Sastika Siagian, NPM: 2201500390. "The Influence of Product Innovation, Digital Marketing Strategy, and Pricing Strategy on Consumer Purchase Decisions at Gunawan Gunting Saga Restaurant". Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Labuhanbatu University, 2026.

This study aims to determine the influence of product innovation, digital marketing strategies, and pricing strategies on consumer purchasing decisions at Gunawan Gunting Saga Restaurant. This research used a quantitative research method with a survey approach. The population in this study were all consumers who had purchased food at Gunawan Gunting Saga Restaurant. The sampling technique used the Lemeshow formula and obtained a sample of 125 respondents. Data collection was carried out through questionnaires using a Likert scale. The data analysis method used was multiple linear regression analysis with the help of SPSS software.

The results showed that partially product innovation had a significant influence on consumer purchasing decisions, digital marketing strategies had a significant influence on consumer purchasing decisions, and pricing strategies also had a significant influence on consumer purchasing decisions. Simultaneously, product innovation, digital marketing strategies, and pricing strategies had a significant influence on consumer purchasing decisions at Gunawan Gunting Saga Restaurant. This indicates that improving menu innovation, utilizing digital media in marketing, and implementing appropriate pricing strategies can increase consumer interest and purchasing decisions.

Based on the results of this study, it can be concluded that product innovation, digital marketing strategies, and pricing strategies play an important role in increasing consumer purchasing decisions in culinary businesses. Therefore, business owners are expected to continue developing product innovations, maximizing digital marketing strategies, and implementing competitive pricing strategies to increase business competitiveness and attract more consumers

Keywords: *Product Innovation, Digital Marketing Strategy, Pricing Strategy, Consumer Purchase Decision.*

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : DINA JUWITA SASTIKA SIAGIAN
NPM : 2201500390
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI PRODUK, STRATEGI
DIGITAL MARKETING, DAN STRATEGI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEBELIAN
KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
GUNAWAN GUNTING SAGA

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Rantauprapat, April 2026
Yang Membuat Pernyataan


Dina Juwita Sastika Siagian
NPM. 220150039

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karna Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi, yang penulis beri judul: “Pengaruh Inovasi Produk, Strategi Digital Marketing, Dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Gunawan Gunting Saga”. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan maupun moral maupun material, yang terutama yang terhormat:

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE., M.Si., Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Dr. Zulkarnain Nasution, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Yuniman Zebua, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu sekaligus Dosen Pembimbing Utama.
4. Ibu Pitriyani, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing Pendamping.

5. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Sahluddin Siagian. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan dan senantiasa memberikan yang terbaik hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah diberi kesehatan dan umur yang panjang agar dapat melihat putrimu sukses di masa depan Pintu surgaku, Ibunda Siti Aminah. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis. Terimakasih sebesar-besarnya penulis. berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih. atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Mamak menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terimakasih sudah menjadi tempatku untuk pulang mak.
6. Kedua abangku Dodi Izhar Samsuddin Siagian dan Roy Romadhon Siagian dan Kedua kakakku Irma Nur Febriani Siagian dan Nurul Hidayah Siagian, Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
7. Teruntuk Zoya Dara Okista sahabat penulis yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa dari penulis. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik bahkan seperti saudara. Terimakasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu menjadi garda terdepan

saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluhan kesah penulis selama berada di perkuliahan ini.

8. Terakhir, skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, Dina Juwita Sastika Siagian. Seorang anak bungsu yang berusia 22 tahun. yang keras kepala namun terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terimakasih sudah selalu kuat dan semangat dalam menjalani hari-hari. Terimakasih sudah selalu berusaha menjadi yang terbaik meski kadang yang menjadi terbaik belum tentu baik buat dirimu. Mari kuatkan lagi bahu dan kencangkan lagi sepatumu agar mampu berlari lebih kencang lagi. Sekali lagi terimakasih uwi, kamu terbaik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dalam penyajiannya karena kemampuan yang masih terbatas, untuk itu penulis dengan rendah hati akan menerima saran-saran dan petunjuk yang bersifat membangun yang ditujukan untuk lebih menyempurnakan proposal artikel ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi para pembaca pada umumnya. Terima Kasih.

Rantauprapat, April 2026
Penulis,



Dina Juwita Sastika Siagian
NPM. 220150039

DAFTAR ISI

COVER.....	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	5
1. Batasan Masalah.....	5
2. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Uraian Teoritis	10
1. Keputusan Pembelian Konsumen.....	10
2. Pengaruh Inovasi Produk.....	11
3. Strategi Digital Marketing.....	13
4. Strategi Harga.....	14
E. Kerangka Konseptual.....	17
F. Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
1. Lokasi Penelitian	20

2. Waktu Penelitian.....	20
B. Populasi dan Sampel Penelitian	21
1. Populasi	21
2. Sampel	21
C. Defenisi Operasional Variabel	23
D. Jenis dan Sumber Data.....	25
1. Jenis Data.....	25
2. Sumber Data	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Uji Instrumen Penelitian	27
1. Uji Validitas.....	28
2. Uji Reliabilitas.....	33
G. Metode Analisis Data.....	34
1. Analisis Deskriptif.....	34
2. Uji Asumsi Klasik	34
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
4. Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Gambaran Perusahaan	39
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	39
3. Job Deskripsi	40
4. Hasil Deskriptif.....	40
5. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
6. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik.....	48
7. Hasil Analisis Regresi	51
B. Pembahasan.....	55
1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Gunawan Gunting Saga	55
2. Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Gunawan Gunting Saga.....	56
3. Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Gunawan Gunting Saga	58

4. Pengaruh Inovasi Produk, Strategi Digital Marketing, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Gunawan Gunting Saga	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. KESIMPULAN	61
B. SARAN	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	20
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 3. 3 Skala Likert	27
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X1).....	29
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Strategi Digital Marketing (X2).....	30
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Strategi Harga (X3).....	31
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	32
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Produk (X1)	33
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Strategi Digital Marketing (X2)	33
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Strategi Harga (X3)	33
Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	34
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 4. 3 Hasil Pernyataan X1.1	41
Tabel 4. 4 Hasil Pernyataan X1.2.....	42
Tabel 4. 5 Hasil Pernyataan X1.3.....	42
Tabel 4. 6 Hasil Pernyataan X1.4.....	42
Tabel 4. 7 Hasil Pernyataan X1.5.....	42
Tabel 4. 8 Hasil Pernyataan X1.6.....	43
Tabel 4. 9 Hasil Pernyataan X2.1	43
Tabel 4. 10 Hasil Pernyataan X2.2.....	43
Tabel 4. 11 Hasil Pernyataan X2.3	44
Tabel 4. 12 Hasil Pernyataan X2.4.....	44
Tabel 4. 13 Hasil Pernyataan X2.5.....	44
Tabel 4. 14 Hasil Pernyataan X2.6.....	44
Tabel 4. 15 Hasil Pernyataan X3.1	45
Tabel 4. 16 Hasil Pernyataan X3.2.....	45
Tabel 4. 17 Hasil Pernyataan X3.3.....	45
Tabel 4. 18 Hasil Pernyataan X3.4.....	46
Tabel 4. 19 Hasil Pernyataan X3.5.....	46
Tabel 4. 20 Hasil Pernyataan X3.6.....	46
Tabel 4. 21 Hasil Pernyataan Y1	47
Tabel 4. 22 Hasil Pernyataan Y2	47
Tabel 4. 23 Hasil Pernyataan Y3	47
Tabel 4. 24 Hasil Pernyataan Y4	47
Tabel 4. 25 Hasil Pernyataan Y5	48
Tabel 4. 26 Hasil Pernyataan Y6	48
Tabel 4. 27 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4. 28 Hasil Uji Multikolineritas.....	49
Tabel 4. 29 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	51

Tabel 4. 30 Hasil Uji t	52
Tabel 4. 31 Hasil Uji F	53
Tabel 4. 32 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	39
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Hasil Kuesioner X1	70
Lampiran 3 Hasil Kuesioner X2	74
Lampiran 4 Hasil Kuesioner X3	78
Lampiran 5 Hasil Kuesioner Y.....	82
Lampiran 6 Tabel R.....	86
Lampiran 7 Tabel t	89
Lampiran 8 Tabel F	93
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian.....	97
Lampiran 10 Output SPSS Uji Validitas Inovasi Produk (X1)	99
Lampiran 11 Output SPSS Uji Validitas Strategi Digital Marketing (X2).....	100
Lampiran 12 Output SPSS Uji Validitas Strategi Harga (X3)	101
Lampiran 13 Output SPSS Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	102
Lampiran 14 Output SPSS Uji Reliabilitas Inovasi Produk (X1)	103
Lampiran 15 Output SPSS Uji Reliabilitas Strategi Digital Marketing (X2)	103
Lampiran 16 Output SPSS Uji Reliabilitas Strategi Harga (X3)	103
Lampiran 17 Output SPSS Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	103
Lampiran 18 Output SPSS Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
Lampiran 19 Output SPSS Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	104
Lampiran 20 Output SPSS Deskriptif Variabel Inovasi Produk	105
Lampiran 21 Output SPSS Deskriptif Variabel Strategi Digital Marketing	107
Lampiran 22 Output SPSS Deskriptif Variabel Strategi Harga.....	109
Lampiran 23 Output SPSS Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	111
Lampiran 24 Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	113
Lampiran 25 Output SPSS Analisis Regresi dan Uji Hipotesis	114