

**PENGARUH *PRODUCT INNOVATION, LIFESTYLE*
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION MELALUI *PERCEIVED*
USEFULNESS PADA PENGGUNA
HANDPHONE SAMSUNG TIPE
NOTE DI SURABAYA**



**OLEH:
MELINDA ANGGREK
3103015062**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

**PENGARUH *PRODUCT INNOVATION, LIFESTYLE*
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION MELALUI *PERCEIVED*
USEFULNESS PADA PENGGUNA
HANDPHONE SAMSUNG TIPE
*NOTE DI SURABAYA***

SKRIPSI
Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
MELINDA ANGGREK
3103015062

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

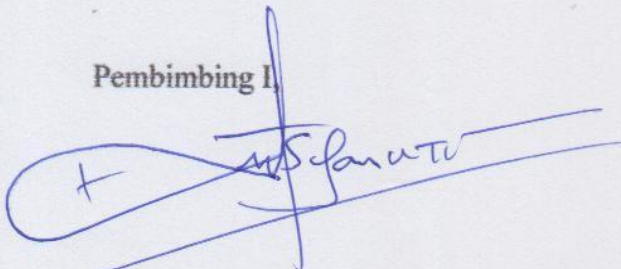
SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT INNOVATION, LIFESTYLE*
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION MELALUI *PERCEIVED*
USEFULNESS PADA PENGGUNA
HANDPHONE SAMSUNG TIPE
NOTE DI SURABAYA**

Oleh:
MELINDA ANGGREK
3103015062

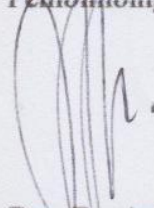
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr.A.Y.Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si
NIK. 311.97.0285
Tanggal:

Pembimbing II,

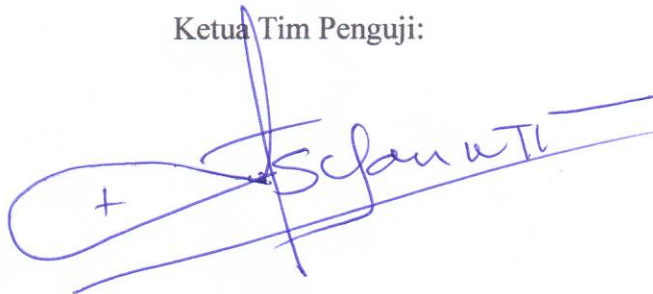


Dra. Ec. Arini, MM
NIK. 311.03.0550
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Melinda Anggrek dengan NRP 3103015062 telah diuji pada 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Sefan u Ti', with a large '+' symbol to its left.

Dr.A.Y.Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si
NIK. 311.97.0285

Mengetahui:

Dekan,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lodovicus Lasdi', written over a circular official stamp of Universitas Katolik Widya Mandiar Surabaya.

Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Robertus Sigit', written over a circular official stamp of Universitas Katolik Widya Mandiar Surabaya.

Robertus Sigit, SE., M.Sc.
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melinda Anggrek

NRP : 3103015062

Judul Skripsi : Pengaruh Pengaruh *Product Innovation, Lifestyle Dan Service Quality Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Usefulness* Pada Pengguna *Handphone Samsung Tipe Note Di Surabaya*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti bahwa karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Januari 2018

Yang menyatakan,



(Melinda Anggrek)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Pengaruh Product Innovation, Lifestyle dan Service Quality Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Usefulness Pada Pengguna Handphone Samsung Tipe Note Di Surabaya* tepat pada waktunya.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan dan doa dari semua pihak-pihak yang sangat memperhatikan dan membantu peneliti. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE., M.Sc. selaku Dosen Wali dan Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr.A.Y.Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan saran yang sangat membantu peneliti dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Ibu Dra. Ec. Arini, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dalam memberikan bimbingan dan saran kepada peneliti sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama masa studi peneliti.
6. Tim Asisten Laboratorium Pelatihan Alat Statistik yang banyak memberikan bantuan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Keluarga yang selalu memberikan semangat dan doa agar peneliti dapat menyelesaikan tugas akhirnya.
8. Vincent Seber yang selalu membantu dan memberi masukan pada peneliti saat peneliti sedang mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas akhir.
9. Teman-teman seperjuangan peneliti yang saling membantu dari semester pertama hingga sekarang ini (Vania Indah, Eka Setiawan, Yoseph Albert, Indra Putra, Hokky Gunawan, dan Cleaven Wangsawan).

10. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Namun, penulis yakin dan percaya bahwa tiada perjuangan yang sia-sia. Dan peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukan.

Surabaya, 18 Desember 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Product Innovation</i>	9
2.1.2 <i>Lifestyle</i>	10
2.1.3 <i>Service Quality</i>	11
2.1.4 <i>Perceived Usefulness</i>	11
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	13
2.2 Hubungan Antar Variabel	13
2.2.1 <i>Product Innovation</i> Berpengaruh Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	13
2.2.2 <i>Lifestyle</i> Berpengaruh Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	14
2.2.3 <i>Service Quality</i> Berpengaruh Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	15
2.2.4 <i>Perceived Usefulness</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i>	15
2.2.5 <i>Product Innovation</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Perceived Usefulness</i>	16
2.2.6 <i>Lifestyle</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Perceived Usefulness</i>	16
2.2.7 <i>Service Quality</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> Melalui <i>Perceived Usefulness</i>	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	18
2.4 Pengembangan Hipotesis	21
2.5 Model Penelitian.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Identifikasi Variabel	23
3.3 Definisi Operasional Variabel	24
3.3.1 <i>Product Innovation</i>	24

3.3.2 <i>Lifestyle</i>	24
3.3.3 <i>Service Quality</i>	25
3.3.4 <i>Perceived Usefulness</i>	25
3.3.5 <i>Purchase Intention</i>	25
3.4 Pengukuran Variabel	26
3.5 Jenis dan Sumber Data	26
3.6 Alat dan Metode Pengumpula Data.....	27
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.8 Analisis Data	28
3.8.1 Uji Normalitas Data.....	29
3.8.2 Uji Validitas Data	29
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	29
3.8.4 Uji Kecocokan Model Struktural	30
3.8.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	30
3.8.6 Uji Hipotesis.....	31
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2 Deskripsi Data	32
4.2.1 Karakteristik Responden	32
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	34
4.3 Hasil Analisis Data	38
4.3.1 Uji Normalitas	38
4.3.2 Uji Validitas	39
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	40
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural	43
4.3.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
4.3.6 Uji Hipotesis.....	45
4.4 Pembahasan	46
4.4.1 <i>Product Innovation</i> Berpengaruh Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	46
4.4.2 <i>Lifestyle</i> Berpengaruh Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	47
4.4.3 <i>Service Quality</i> Berpengaruh Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	48
4.4.4 <i>Perceived Usefulness</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i>	48
4.4.5 <i>Product Innovation</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> Malalui <i>Perceived Usefulness</i>	49
4.4.6 <i>Lifestyle</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> Malalui <i>Perceived Usefulness</i>	50
4.4.7 <i>Service Quality</i> Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> Malalui <i>Perceived Usefulness</i>	51
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan.....	52
5.2 Keterbatasan	54
5.3 Saran	54
5.3.1 Saran Akademis.....	54
5.3.2 Saran Praktis.....	54
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1... Penjualan Smartphone Tahun 2017.....	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....	19
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	31
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 4.5 Interval Rata-rata Skor	34
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Innovation</i>	34
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i>	35
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	36
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	37
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	37
Tabel 4.11 Tabel <i>Univariate Normality</i>	38
Tabel 4.12 Tabel <i>Multivariate Normality</i>	39
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> PRI	41
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> L	41
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> SQ	42
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> PU	42
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> PUI.....	43
Tabel 4.19 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	22

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4a. Jawaban Responden Tentang Variabel PRI
- Lampiran 4b. Jawaban Responden Tentang Variabel L
- Lampiran 4c. Jawaban Responden Tentang Variabel SQ
- Lampiran 4d. Jawaban Responden Tentang Variabel PU
- Lampiran 4e. Jawaban Responden Tentang Variabel PUI
- Lampiran 5. Karakteristik Responden (SPSS)
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Output SEM
- Lampiran 8a. Path Diagram – *Estimates*
- Lampiran 8b. Path Diagram – *T-Values*
- Lampiran 8c. Path Diagram – *Standardized Solution*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product innovation*, *lifestyle* dan *service quality* terhadap *purchase intention* melalui *perceived usefulness* pada pengguna *handphone* Samsung tipe *Note* di Surabaya. Dalam hal ini, seseorang akan memiliki niat beli ketika mereka memiliki persepsi manfaat dari suatu produk. Tentunya seseorang akan memiliki persepsi manfaat dari produk tersebut jika perusahaan dapat membuat produk yang memiliki inovasi menarik, sesuai dengan gaya hidup, serta memberikan pelayanan yang baik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 150 responden. Persyaratan responden dalam penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun yang pernah memiliki atau sedang memiliki *handphone* Samsung tipe *Note* di Surabaya. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *product innovation* dan *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness*. *Lifestyle* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*. *product innovation* dan *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention* melalui *perceived usefulness*. *lifestyle* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention* melalui *perceived usefulness*.

Saran dari penelitian untuk *handphone* Samsung tipe *Note* adalah membuat inovasi pada produknya yang sulit untuk di tiru oleh perusahaan lain, membuat *handphone* tipe *Note* menjadi lebih canggih dari pada *handphone* lain dan yang terakhir selalu meningkatkan layanannya.

Kata Kunci: *Product Innovation, Lifestyle, Service Quality, Perceived Usefulness, Purchase Intention*.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, LIFESTYLE AND
SERVICE QUALITY ON PURCHASE INTENTION THROUGH
PERCEIVED USEFULNESS ON SAMSUNG TYPE NOTE
MOBILE USERS IN SURABAYA
ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of innovation, lifestyle and service quality on purchase intention through perceived usefulness on Note type Samsung mobile users in Surabaya. In this case, someone will have a purchase intention when they have a perception of the benefits of a product. Of course someone will have a perception of the benefits of the product if the company can make products that have interesting innovations, according to lifestyle, and provide good service.

The sampling technique used is non probability sampling by means of purposive sampling. The sample used in this study was 150 respondents. The requirements of the respondents in this study were at least 17 years old who had or had a Note type Samsung mobile phone in Surabaya. Data was collected using a questionnaire. The data analysis technique used is SEM analysis with the LISREL program.

The results of the study prove that product innovation and service quality have a significant influence on perceived usefulness. Lifestyle does not have a significant effect on perceived usefulness. Perceived usefulness has a significant influence on purchase intention. Product innovation and service quality have a significant influence on purchase intention through perceived usefulness. Lifestyle does not have a significant influence on purchase intention through perceived usefulness.

The research suggestion for the Note type Samsung mobile phone is to innovate on its products that are difficult to imitate by other companies, making Note type mobile phones more sophisticated than other mobile phones and the latter always improving its services.

Keywords: Product Innovation, Lifestyle, Service Quality, Perceived Usefulness, Purchase Intention.