

**PERAN INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP *REPURCHASE BUYING* UMKM KRIPIK DINDA SITUBONDO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Progam Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

**MUHAMMAD RIKI AFANDI
2110411039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026**

**PERAN INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP *REPURCHASE BUYING* UMKM KRIPIK DINDA SITUBONDO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Progam Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

MUHAMMAD RIKI AFANDI

2110411039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2026

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Riki Afandi

NIM : 2110411039

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Peran Inovasi Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Repurchase Buying UMKM Kripik Dinda Situbondo” adalah hasil dari karya saya sendiri. Kecuali dalam beberapa kutipan substansi yang telah saya sebutkan sumbernya. Karya ini belum pernah diajukan ke institusi manapun serta bukan merupakan plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab sepenuhnya atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan prinsip ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan atau paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap dituntut secara hukum jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang merasa dirugikan atas pernyataan yang tidak benar ini.

Jember, 06 Februari 2026

Yang Menyatakan,

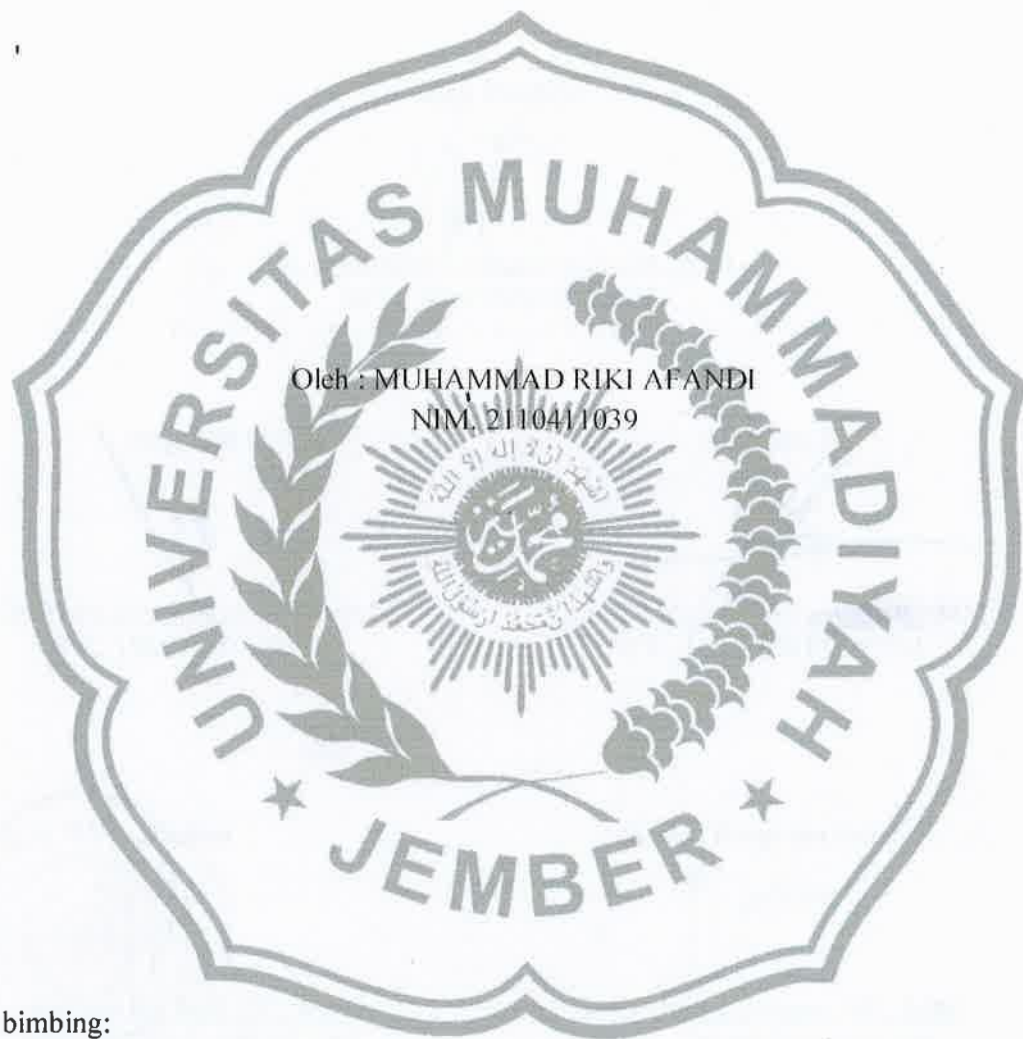


Muhammad Riki Afandi

NIM. 2110411039

SKRIPSI

**PERAN INOVASI PRODUK, PRESEPSI HARGA DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP *REPURCHASE BUYING* UMKM KRIPIK DINDA SITUBONDO**



Oleh : MUHAMMAD RIKI AFANDI
NIM. 2110411039

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr Haris Hermawan, SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Peran Inovasi Produk, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* Terhadap *Repurchase Buying* UMKM Kripik Dinda Situbondo” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 12 Maret 2026

Tempat : Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Dr. Wahyu/Eko Setianingsih, SE.,MM
NPK. 1979120811503633

Anggota 1



Dr. Haris Hermayan, SE., MM.
NPK. 196810101103649

Anggota 2



Yohanes Gunaan Wibowo, SE., MM
NPK. 1984060411703794

Mengesahkan,

Dekan



Maheni Ika Sari, SE., MM
NPK. 197708112005012001

Ketua Program Studi



Septy Holisa Umamy, SE., MM
NPK. 19950922122091029

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan Rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul “Peran Inovasi Produk Persepsi Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Repurchase Buying* Umkm Kripik Dinda Situbondo” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa doa, bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat dan tulus hati, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan di setiap langkah kehidupan penulis.
2. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Hanafi. M.pd
3. Ibu Maheni Ika Sari, S.E.,MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Septy Holisa Umamy, SE., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM Selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan yang membangun dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini, serta meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember atas segala ilmu yang di berikan kepada penulis.
8. Keluarga besar terimakasih atas segala doa, dukungan dan kebersamaan yang telah diberikan. Kehangatan serta semangat yang kalian berikan menjadi salah satu kekuatan terbesar saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Mahmudatul Fitriyani terimakasih atas segala doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan. Kehadiranmu menjadi penyemangat dalam perjalanan ini, memberikan motivasi di saat sulit, dan selalu percaya pada setiap Langkah yang saya ambil.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun proposal penelitian yang berjudul “Peran Inovasi Produk, Persepsi Harga, dan *Word of Mouth* terhadap *Repurchase Buying* UMKM Kripik Dinda Situbondo.” Proposal ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan tugas akademik serta bentuk kontribusi ilmiah dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian ulang pada sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM), khususnya produk makanan ringan lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana inovasi produk, persepsi harga, dan komunikasi *Word of Mouth* (WOM) berperan dalam mendorong keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk Kripik Dinda di Situbondo. Pemilihan topik ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penguatan loyalitas konsumen bagi keberlanjutan UMKM lokal, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif dan berubahnya preferensi konsumen terhadap nilai tambah dan kualitas produk.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, teman-teman seperjuangan, pelaku UMKM Kripik Dinda yang telah bersedia memberikan data dan wawasan, serta seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan proposal ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran dan manajemen UMKM, maupun sebagai masukan strategis bagi para pelaku usaha lokal dan pemangku kebijakan dalam meningkatkan daya saing produk unggulan daerah. Penulis juga dengan rendah hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini ke depannya.

Jember, 5 Maret 2026

Muhammad Riki Afandi
2110411039

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	13
2.1.3 Inovasi Produk.....	14
2.1.4 Presepsi Harga	17
2.1.5 <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	20
2.1.6 <i>Repurchase Buying</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.4.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap <i>Repurchase Buying</i>	30
2.4.2 Pengaruh Presepsi Harga terhadap <i>Repurchase Buying</i>	30
2.4.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Repurchase Buying</i>	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Identifikasi Variabel.....	32
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33

3.3 Desain Penelitian.....	35
3.4 Jenis Data	35
3.5 Populasi dan Sampel	36
3.5.1 Populasi	36
3.5.2 Sampel.....	37
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.7 Metode Pengumpulan Data	38
3.8 Metode Analisis Data	39
3.8.1 Statistik Deskriptif.....	39
3.8.2 Uji Instrumen.....	39
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.8.5 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2 Analisis Data	45
4.2.1 Analisis Responden	45
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian.....	46
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	48
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.2.5 Uji Hipotesis.....	53
4.3 Pembahasan.....	56
4.3.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap <i>Repurchase Buying</i> pada UMKM Kripik Dinda di Situbondo.....	56
4.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap <i>Repurchase Buying</i> pada UMKM Kripik Dinda di Situbondo.....	57
4.3.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Repurchase Buying</i> pada UMKM Kripik Dinda di Situbondo.....	58
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Wawancara Responden.....	8
Tabel 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	24
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.4 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji t Parsial.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM Berdasarkan Provinsi Tahun 2024	3
Gambar 1.2 Kurva Difusi Inovasi Konsumen dan Tantangan Transisi Menuju Pembelian Ulang.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Koseptual	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengantar Kuesioner.....	66
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen Data.....	69
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74
Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis	75
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian.....	76
Lampiran 8. Surat Izin Penelitian	77

