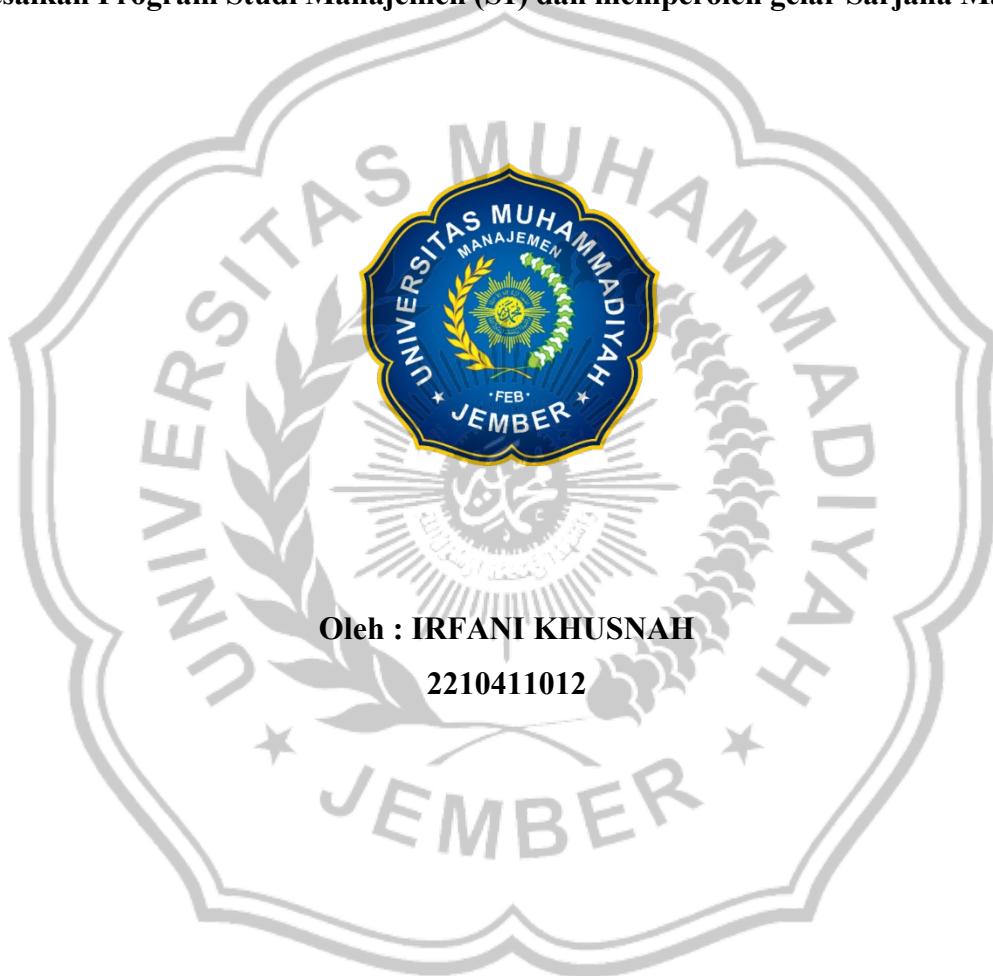


PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, *DIGITAL MARKETING* , DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO ROTI BUNDA SITUBONDO

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh : IRFANI KHUSNAH

2210411012

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

2026

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Irfani Khusnah
NIM : 2210411012
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa Skripsi yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Digital Marketing, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Roti Bunda Situbondo” adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali dalam beberapa kutipan substansi yang telah saya sebutkan sumbernya. Karya ini belum pernah diajukan ke institusi mana pun 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 mana pun 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, 12 Februari 2026
Yang menyatakan,



Irfani Khusnah
2210411012

SKRIPSI

PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, *DIGITAL MARKETING*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO ROTI BUNDA SITUBONDO

Oleh : IRFANI KHUSNAH

NIM. 22.1041.1012



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Feti Fatimah SE., MM.,

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Feti'.

Dosen Pembimbing Pendamping : Rusdiyanto, S.Pd.I M.Pd.I

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Rusdiyanto'.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, *Digital Marketing* , Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Roti Bunda Situbondo” telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 12 Maret 2026

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Bayu Wijyantini, SE, MM. Ph.D., CETP.
NPK. 1979021711009661

Anggota 1,



Dr. Feti Fatimah SE., MM.,
NPK. 1979052510709622

Anggota 2,



Rusdiyanto, S.Pd.I M.Pd.I
NPK. 1991012811703792

Mengesahkan:

Dekan,




Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP.197708112005012001

Ketua Program Studi



Septy Holisa Umamy, SM., MM.
NPK. 19950922122091029

MOTTO

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

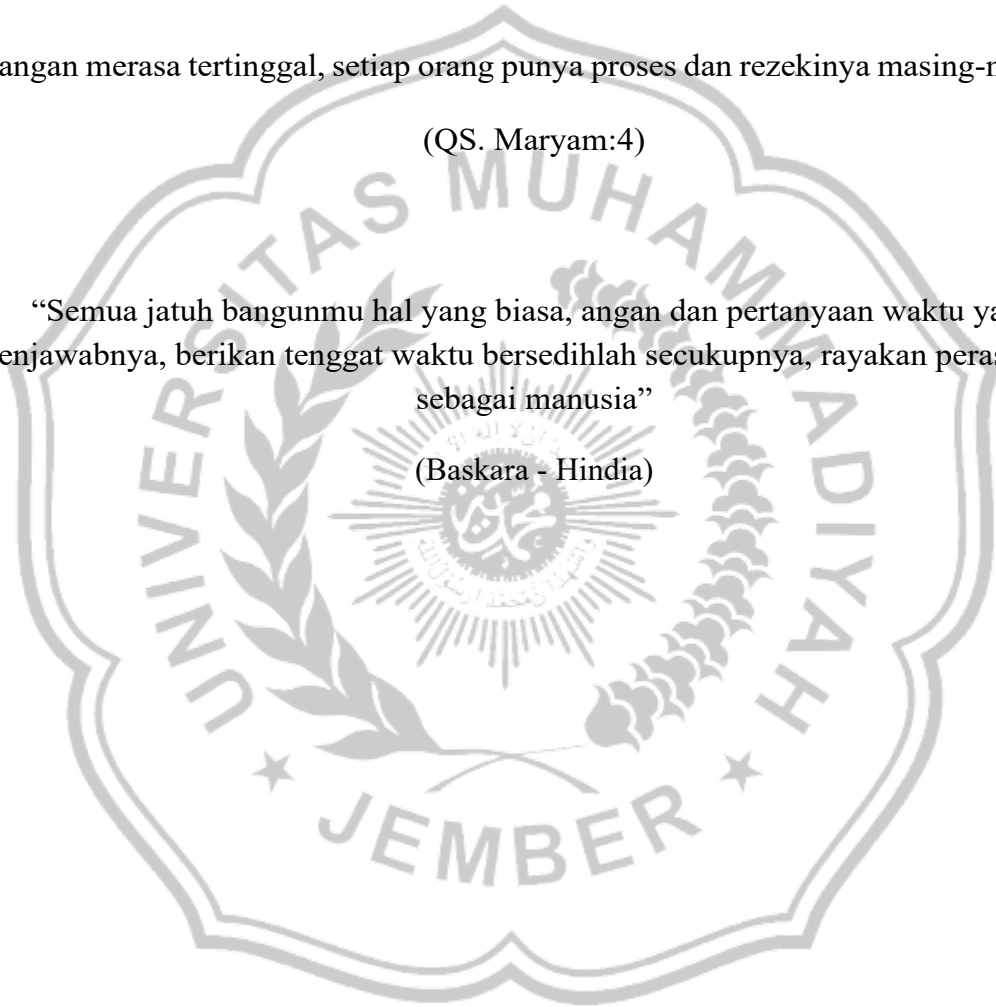
(QS.AL-Insyirah : 5-6)

“Jangan merasa tertinggal, setiap orang punya proses dan rezekinya masing-masing”

(QS. Maryam:4)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”

(Baskara - Hindia)



PERSEMBAHAN

Puji Syukur dihaturkan kehadiran Allah SWT atas segala limpah dan karunianya, sehingga penulis ini dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat. Dengan rasa bangga, karya ini, penulis persembahkan kepada :

1. Sosok yang akan selalu menjadi panutan dalam setiap langkah kehidupanku, Alm. Bapak Dawar. Meski kini engkau telah pergi, namun jejakmu masih terasa dalam setiap hembusan napasku. Terima kasih atas segala doa yang kau panjatkan, kerja keras yang tak kenal lelah, dan pengorbanan tanpa batas yang telah kau berikan untuk membimbing serta mendukungku.
2. Pintu surgaku Ibu Sunjati. Malaikat tanpa sayap yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi tanpa batas. Terima kasih atas segala cinta, kesabaran, dan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya.
3. Kedua kakak saya, Faqih Lutfi dan Siti Diana. Terima kasih atas segala usaha, doa, perhatian, dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiran dan semangat dari kalian menjadi penguat dalam setiap proses yang dilalui.
4. Keluarga besar, Terima kasih 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.
5. Teruntuk Marcela Firdhaus, sahabat penulis yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik bahkan seperti saudara. Terima kasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama berada di perantauan ini
6. Teruntuk Wanda Anggraini Rahayu, Nufita Dewi, dan Ega Wahilda Marsya Bella. Terima kasih atas dukungan, canda tawa, serta kebersamaan yang penuh makna. Kalian adalah tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan semangat di setiap proses perjalanan di perantauan ini. Terima kasih telah hadir dan menjadi bagian penting dalam setiap langkah perjuanganku.
7. Teruntuk Wafiq Ramadiana Amanda, sahabat yang telah setia menemani sejak bangku SMA hingga saat ini. Terima kasih karena selalu ada dalam setiap fase kehidupan, menjadi pendengar terbaik, pemberi semangat, serta penguat di saat lelah dan ragu.
8. Teman-teman seperjuangan Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan semangat yang diberikan. Perjalanan ini menjadi lebih bermakna karena adanya kalian yang selalu mendukung dan menemani dalam suka maupun duka
9. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believe me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.* Apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak pernah menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan. Semoga skripsi ini menjadi awal yang baik untuk masa depan dan membawa manfaat bagi banyak orang.

KATA PENGANTAR

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 “Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, *Digital Marketing*, Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Roti Bunda 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 terima kasih 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, SE, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Septy Holisa Umamy, SM., MM Selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Ibu Bayu Wijyantini, SE, MM. Ph.D. CETP Selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan yang membangun dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Feti Fatimah S.E., MM dan Bapak Rusdiyanto, S.Pd.I M.Pd.I selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini, serta telah 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 telah diberikan kepada penulis
8. Kelas Manajemen A Angkatan 2022, teman-teman seperjuanganku yang telah memberikan semangat, warna indah, dan kebersamaan yang tak ternilai dalam masa perkuliahan, sukses selalu buat kalian dalam mengejar mimpi masing-masing
9. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember, terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan dalam mencapai kesempurnaan skripsi ini. Mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan dan bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN COVER | i |
| PERNYATAAN | ii |
| SKRIPSI | iii |
| PENGESAHAN | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Tinjauan Teori..... | 8 |
| 2.1.1 Grand Theory Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory) | 8 |
| 2.1.2 Middle Theory Stimulus–Organism–Response (S-O-R)..... | 8 |
| 2.1.3 Definisi Manajemen Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian..... | 9 |
| 2.1.5 Inovasi Produk | 11 |
| 2.1.6 Promosi | 13 |
| 2.1.7 Digital Marketing | 15 |
| 2.1.8 Brand Awareness | 16 |
| 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 21 |
| 2.4 Hipotesis..... | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 33 |
| 3.1 Identifikasi Variabel..... | 33 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel | 33 |
| 3.3 Desain Penelitian | 35 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.4 | Jenis Data..... | 36 |
| 3.4.1 | Data Primer..... | 36 |
| 3.4.2 | Data Sekunder..... | 36 |
| 3.5 | Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 36 |
| 3.5.1 | Populasi | 36 |
| 3.5.2 | Sampel | 36 |
| 3.5.3 | Teknik pengambilan Sampel | 36 |
| 3.6 | Metode Pengumpulan Data | 37 |
| 3.6.1 | Kuesioner..... | 37 |
| 3.6.2 | Observasi | 37 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 37 |
| 3.7.1 | Uji Instumen Penelitian..... | 38 |
| 3.7.2 | Analisis Linear Berganda..... | 39 |
| 3.7.3 | Asumsi Klasik | 39 |
| 3.7.4 | Uji Hipotesis | 40 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 42 |
| 4.1 | Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 42 |
| 4.1.1 | Sejarah dan Profil Singkat Toko Roti Bunda Situbondo..... | 42 |
| 4.1.2 | Logo Perusahaan | 43 |
| 4.2 | Analisis Data | 43 |
| 4.2.1 | Analisis Responden | 43 |
| 4.2.2 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 44 |
| 4.2.3 | Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 4.2.4 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 49 |
| 4.2.5 | Uji Hipotesis | 50 |
| 4.3 | Pembahasan | 53 |
| 4.3.1 | Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..... | 53 |
| 4.3.2 | Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..... | 54 |
| 4.3.3 | Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen . | 55 |
| 4.3.4 | Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.. | 56 |
| 4.3.5 | Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Digital Marketing, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..... | 57 |
| BAB V PENUTUP | | 56 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 56 |
| 5.2 | Saran..... | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 58 |
| LAMPIRAN | | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Toko Roti / Bakery di Situbondo..... | 3 |
| Tabel 1. 2 Data Penjualan Roti Bunda Situbondo Selama 1 Tahun (2024-2025)..... | 4 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 18 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert | 37 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden | 43 |
| Tabel 4. 2 Uji Validitas | 45 |
| Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas..... | 46 |
| Tabel 4. 4 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov..... | 47 |
| Tabel 4. 5 Uji Multikolinieritas | 48 |
| Tabel 4. 6 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 49 |
| Tabel 4. 7 Uji t..... | 50 |
| Tabel 4. 8 Uji F..... | 52 |
| Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi R ² | 53 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual..... | 21 |
| Gambar 4. 1 Logo Perusahaan..... | 43 |
| Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot..... | 48 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian | 62 |
| Lampiran 2. Tabulasi Olah Data Responden..... | 65 |
| Lampiran 3. Karakteristik Responden..... | 68 |
| Lampiran 4. Uji Validitas | 68 |
| Lampiran 5. Uji Reliabilitas | 70 |
| Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik..... | 71 |
| Lampiran 7. Analisis Regresi Linier Berganda | 72 |
| Lampiran 8. Uji t | 72 |
| Lampiran 9. Uji F | 72 |
| Lampiran 10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 73 |

