

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA HIJAB
PADA *ONLINE SHOP* @LOVEIL.CO**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

EVELYN NINIES FAZWIYANTHY

NIM : 1810312620006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA HIJAB
PADA *ONLINE SHOP @LOVEIL.CO***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Evelyn Ninies Fazwiyanthy

NIM : 1810312620006

Telah dipertahankan di Dewan Penguji Pada Tanggal 28 Agustus 2023 dan

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Dosen Pembimbing



Akhmad Supriyanto, SE., MM

NIP. 197504292006041001

Penguji I



M. Zainal Abidin, S. Sos, M. Si

NIP. 197509132003121001

Penguji II



Drs. Imam Suharto, MM

NIP. 196603301993031002

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



Wahyuni, SE., M.Si

NIP. 197007072005011001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Evelyn Ninies Fazwianthy
NIM : 1810312620006
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Harga
Terhadap Keberhasilan Usaha Hijab Pada *Online Shop*
@loveil.co
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : 28 Agustus 2023

Tim Penguji

Pembimbing : Akhmad Supriyanto, SE., MM (.....)

Penguji I : M. Zainal Abidin, S. Sos, M. Si (.....)

Penguji II : Drs. Imam Suharto, MM (.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Evelyn Ninies Fazwiyanthy
NIM : 1810312620006
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keberhasilan Usaha Hijab Pada *Online Shop* @loveil.co
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : 28 Agustus 2023
Waktu Ujian : 10.00 WITA

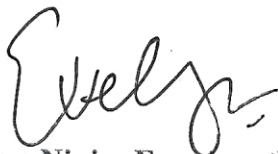
Disetujui oleh dosen pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 05 Maret 2024

Mahasiswa



Evelyn Ninies Fazwiyanthy
1810312620006

Dosen Pembimbing



Akhmad Supriyanto, SE., MM
NIP. 197504292006041001

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE., M.Si
NIP. 197007072005011001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 13 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Evelyn Ninies Fazwiyanthy

1810312620006

ABSTRACT

Evelyn Ninies Fazwiyanthi (2023), *The Influence of Product Quality, Product Innovation and Prices on the Success of the Hijab Business at the Online Shop @LOVEIL.CO*. Advisor : Akhmad Supriyanto.

This research was conducted to determine: (1) the effect of product quality on business success at the online shop @Loveil.co, (2) the effect of product innovation on business success at the online shop @Loveil.co and (3) the effect of price on business success online shop @Loveil.co. This study used 100 respondents who had bought Online Shop @LOVEIL.CO products.

The results obtained in this study show that 1) Product Quality affects the success of the Hijab Business at the Online Shop @LOVEIL.CO. ($0.000 < 0.05$), 2) Product Innovation has an effect on the success of the Hijab Business at the Online Shop @LOVEIL.CO. ($0.023 < 0.05$) and 3) Price has an effect on the success of the Hijab Business at the Online Shop @LOVEIL.CO. ($0.041 < 0.05$)

Keywords: *Product, Innovation, Price, business success*

ABSTRAK

Evelyn Ninies Fazwiyanthi (2023), Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keberhasilan Usaha Hijab Pada *Online Shop @LOVEIL.CO*. Pembimbing Akhmad Supriyanto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk terhadap keberhasilan usaha pada online shop @Loveil.co, (2) pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada online shop @Loveil.co dan (3) pengaruh harga terhadap keberhasilan usaha pada online shop @Loveil.co. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 99 orang yang pernah membeli produk *Online Shop @LOVEIL.CO*.

Hasil yang di dapat pada penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Hijab Pada Online Shop @LOVEIL.CO. ($0,000 < 0,05$), 2) Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Hijab Pada Online Shop @LOVEIL.CO. ($0,023 < 0,05$) dan 3) Harga berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Hijab Pada Online Shop @LOVEIL.CO. ($0,041 < 0,05$)

Kata Kunci: Produk, Inovasi, Harga, Keberhasilan usaha

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Yang Maha Kuasa Allah SWT atas segala rahmat, taufiq dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini hingga selesai dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keberhasilan Usaha Hijab Pada *Online Shop @loveil.co*”. Skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

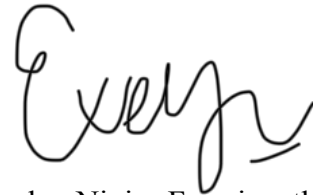
1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi SE., M. Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Akhmad Supriyanto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.
4. Bapak M. Zainal Abidin, S. Sos, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.

5. Bapak Drs. Imam Suharto, MM selaku Dosen Penguji yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.
6. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Teruntuk alm. Kai & almh. Nini, yang tidak sempat menyaksikan penulis menyelesaikan perkuliahan. Terima kasih untuk doa, dukungan baik material dan immaterial.
8. Kepada Bunda dan Ayah yang telah memberikan doa, dukungan baik serta semangat yang tiada henti selama menjalani pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
9. Untuk Muhammad Adrian Maulana yang menemani hari-hari penulis dengan *long distance relationship*. Terima kasih untuk selalu mengerti dan memberikan energi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
10. Untuk sahabat penulis, Nadiya, Maisya, Riqa, Putri, Radika, Ilham, Samsul dan Danu yang telah banyak membantu dan saling bertukar hal positif, canda tawa sehingga mampu melewati masa perkuliahan.
11. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2018 Universitas Lambung Mangkurat.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu selama proses pembuatan karya tulis ini.
13. Berdamai dengan diri sendiri, atas segala keadaan kini adalah titik perjuanganku. Meski rasanya tak semudah itu.

Semoga dukungan dan bantuan yang diberikan memperoleh balasan yang paling baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca.

Banjarmasin, 05 Maret 2024

Penulis



Evelyn Ninies Fazwiyanthy
1810312620006

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Kualitas Produk.....	14
2.1.2 Inovasi Produk	16
2.1.3 Harga.....	19
2.1.4 Keberhasilan Usaha.....	22
2.1.5 Keterkaitan antara Kualitas Produk dengan Keberhasilan Usaha	23
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	25
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	32
3.1 Kerangka Konseptual (Model Penelitian).....	32
3.2 Hipotesis	33
3.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha.....	33
3.2.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha	34
3.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keberhasilan Usaha.....	34
BAB IV METODE PENELITIAN	36

4.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	36
4.2	Jenis Penelitian.....	36
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian	37
4.4	Unit Analisis	37
4.5	Populasi dan Sampel.....	37
4.5.1	Populasi.....	37
4.5.2	Sampel.....	38
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	39
4.6.1	Variabel Penelitian.....	39
4.6.2	Definisi Variabel Operasional.....	40
4.7	Teknik Pengumpulan Data.....	44
4.7.1	Data Primer	44
4.7.2	Data sekunder.....	44
4.8	Teknik Analisis Data.....	45
4.8.1	Uji Instrumen Penelitian	46
4.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.8.3	Model Regresi.....	48
4.8.4	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	49
BAB V	HASIL PENELITIAN	51
5.1	Gambaran Objek Umum Penelitian	51
5.1.1	Identitas Objek Penelitian	51
5.2	Hasil dan Analisis	51
5.2.1	Karakteristik Responden.....	51
5.2.2	Uji Instrumen Penelitian	55
5.2.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	57
5.2.4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
5.2.5	Uji Asumsi Klasik.....	86
5.2.6	Koefisien Determinasi.....	92
5.2.7	Uji Hipotesis	93
5.2.8	Uji Kelayakan Model.....	95
5.2.9	Pembahasan Hasil Penelitian	96
5.2.10	Implikasi Hasil Penelitian	102
5.2.11	Keterbatasan Masalah	109
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	111

6.1	Kesimpulan	111
6.2	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....		113
LAMPIRAN 1.....		116
LAMPIRAN 2.....		137
LAMPIRAN 3.....		139
Lampiran 1. 1 Tabulasi Data		147
Lampiran 1. 2 Karakteristik Responden		149
Lampiran 1. 3 Distribusi Frekuensi dan Analisis Statistik Deskriptif.....		150
Lampiran 1. 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....		161
Lampiran 1. 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F		167
Lampiran 1. 6 Uji Asumsi Klasik		168
Lampiran 1. 7 Tabel R, Tabel T dan Tabel F.....		171

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual (Model Penelitian).....	32
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan Trend Inovasi Hijab.....	5
Tabel 1. 2 Observasi Awal.....	8
Tabel 1. 3 Jumlah Penjualan Hijab Loveil 2020-2022.....	9
Tabel 4. 1 Data Konsumen Loveil	37
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 5. 6 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 5. 7 Distribusi Jawaban Responden pada “Produk hijab	57
Tabel 5. 8 Distribusi Jawaban Responden pada “Produk hijab Loveil.....	58
Tabel 5. 9 Distribusi Jawaban Responden pada “Produk hijab Loveil mempunyai berbagai ‘series’ hijab yang menarik (XP3)”	59
Tabel 5. 10 Distribusi Jawaban Responden pada “Loveil menjual model hijab yang disukai konsumen (XP4)”	59
Tabel 5. 11 Distribusi Jawaban Responden pada “Produk hijab	60
Tabel 5. 12 Distribusi Jawaban Responden pada “Produk hijab	61
Tabel 5. 13 Distribusi Jawaban Responden pada “Hijab yang ditawarkan	61
Tabel 5. 14 Distribusi Jawaban Responden pada “Menggunakan	62
Tabel 5. 15 Distribusi Jawaban Responden pada “Hijab Loveil.....	63
Tabel 5. 16 Distribusi Jawaban Responden pada “Hijab Loveil.....	63
Tabel 5. 17 Distribusi Jawaban Responden pada “Kemudahan.....	64
Tabel 5. 18 Distribusi Jawaban Responden pada “Loveil melakukan	64
Tabel 5. 19 Distribusi Jawaban Responden pada “Loveil menawarkan	65
Tabel 5. 20 Distribusi Jawaban Responden pada “Penggunaan	66
Tabel 5. 21 Distribusi Jawaban Responden pada “Membeli produk	67
Tabel 5. 22 Distribusi Jawaban Responden pada “Membeli produk hijab Loveil dari informasi lingkungan sekitar (XP16)”	67

Tabel 5. 23 Distribusi Jawaban Responden pada “Hadirnya model hijab instan sangat ditunggu di dunia fashion hijab (X2P1)”	68
Tabel 5. 24 Distribusi Jawaban Responden pada “Hijab instan.....	69
Tabel 5. 25 Distribusi Jawaban “Saya lebih menyukai menggunakan	70
Tabel 5. 26 Distribusi Jawaban Responden pada “Saya lebih menyukai menggunakan pashmina inner (instan) (X2P4)”	70
Tabel 5. 27 Distribusi Jawaban Responden pada “Produk hijab instan.....	71
Tabel 5. 28 Distribusi Jawaban Responden pada “Produk hijab yang ditawarkan Loveil menjadi tren baru di pasaran (X2P6)”	72
Tabel 5. 29 Distribusi Jawaban Responden pada “Penggunaan finishing lasercut pada hijab Loveil terlihat lebih modis (X2P7)”	72
Tabel 5. 30 Jawaban “Saya merasa lebih nyaman apabila menggu nakan	73
Tabel 5. 31 Distribusi Jawaban “Harga yang ditawarkan oleh Loveil.....	74
Tabel 5. 32 Jawaban Responden pada “Harga produk hijab Loveil sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen (X3P2)”	75
Tabel 5. 33 Jawaban Responden pada “Harga produk hijab Loveil yang ditawarkan bervariasi (X3P3)”.....	75
Tabel 5. 34 Jawaban Responden pada “Harga produk hijab Loveil sesuai dengan manfaat yang saya rasakan (X3P4)”	76
Tabel 5. 35 Distribusi Jawaban Responden pada “Harga produk hijab.....	77
Tabel 5. 36 Distribusi Jawaban Responden pada “Harga produk hijab Loveil relatif terjangkau (X3P6)”	78
Tabel 5. 37 Distribusi Jawaban Responden pada “Loveil menjual produk hijab sesuai dengan harga yang ada di pasaran (X3P7)”	78
Tabel 5. 38 Distribusi Jawaban Responden pada “Loveil menawarkan	79
Tabel 5. 39 Distribusi Jawaban Responden pada “Saya ingin produk hijab @Loveil.co stok ditambah pada warna <i>best seller</i> (YP1)”	80
Tabel 5. 40 Distribusi Jawaban Responden pada “Saya disetiap bulan pasti ada membeli produk hijab @Loveil.co (YP2)”	81
Tabel 5. 41 Distribusi Jawaban Responden pada “Hijab @Loveil.co yang diinginkan sering <i>pre-order</i> (YP3)”	81

Tabel 5. 42 Distribusi Jawaban Responden pada “Hijab yang dijual @Loveil.co beragam sesuai dengan pemakaiannya (YP4)”	82
Tabel 5. 43 Distribusi Jawaban Responden pada “Hijab yang ditawarkan @Loveil.co mampu bersaing dengan yang sejenis (YP5)”	83
Tabel 5. 44 Distribusi Jawaban Responden pada “Admin yang melayani pembelian <i>fast respon</i> (YP6)”	83
Tabel 5. 45 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	84
Tabel 5. 46 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	87
Tabel 5. 47 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 5. 48 Hasil Uji Glejser.....	90
Tabel 5. 49 Hasil Uji Linearitas	91
Tabel 5. 50 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	92
Tabel 5. 51 Tabulasi Interpretasi Nilai R	93
Tabel 5. 52 Hasil Uji t.....	94
Tabel 5. 53 Hasil Uji F	96

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Konsumen Loveil (Usia).....	6
-------------------------------------	---