

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, INOVASI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING *HOME INDUSTRI*
MANCO DI KEBONSARI MADIUN**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Lutfia Ikfawanti

NIM : 21415526

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Digital Marketing*, Inovasi Dan Kualitas
Produk Terhadap Keunggulan Bersaing *Home
Industri Manco* Di Kebonsari Madiun

Nama : Lutfia Ikfawanti

N I M : 21415526

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 01 September 2002

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 10 Juni 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



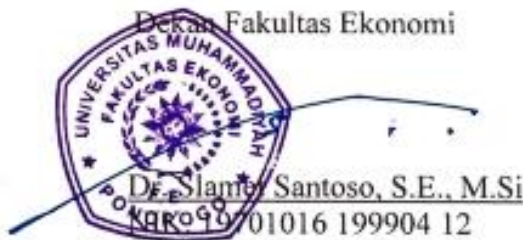
Dr. Sri Hartono, S.E., M.M
NUPTK. 9562749652110033



Diana Pramudya Wardhani, S.E., M.M
NUPTK. 0741761662230202

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si
NUPTK. 01016 199904 12

Ketua

Dosen Penguji :
Sekretaris

Anggota



Dr. Sri Hartono, S.E., M.M
NUPTK. 9562749652110033



Suliono, S.E., M.M
NIDK. 8974450022



Dwi Wani W., S.E., M.M
NUPTK. 4742764665231052

RINGKASAN

Skripsi : “Pengaruh *Digital Marketing*, Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing *Home Industri* Manco Di Kebonsari Madiun”; Lutfia Ikfawanti, NIM 21415526, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Di era saat ini, *home industri* terus mengalami pertumbuhan yang semakin intens. Hal ini juga mendorong meningkatnya persaingan antar pelaku *home industri*. Kondisi persaingan ini menuntut setiap pelaku usaha untuk memperkuat fondasi bisnisnya dan responsif terhadap berbagai tantangan dan persaingan yang semakin kompleks agar mampu bersaing dengan bisnis lain dalam industri ini serupa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *digital marketing*, inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing *home industri* Manco di Kebonsari Madiun. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha *home industri* Manco di Kebonsari Madiun dengan sampel sebanyak 30 responden yang diambil menggunakan teknik pengambilan *sampling* jenuh. Pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner, dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi (R^2) dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji T (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian secara parsial *digital marketing*, inovasi dan kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing *home industri* Manco di Kebonsari Madiun. Secara simultan *digital marketing*, inovasi dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing *home industri* Manco di Kebonsari Madiun.

Kata kunci : *Digital Marketing*, Inovasi, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Digital Marketing*, Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing *Home Industri* Manco Di Kebonsari Madiun”** sesuai dengan yang telah direncanakan.

Penulisan laporan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Pendidikan Strata 1 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Dr. Sri Hartono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kesempatan dan berkenan untuk membimbing, mengarahkan, memberi kritik dan saran serta dukungan guna terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Diana Pramudya Wardhani, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan memberikan bantuan untuk membimbing dan mengarahkan dalam penulisan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama masa kuliah.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu yang saya hormati dan sayangi, terimakasih sebesar-besarnya atas segala doa yang selalu dilangitkan, kasih sayang dan perhatian dalam membesarkan dan mendidik, pengorbanan yang tak ternilai dan tiada hentinya, serta motivasi dan dukungan yang selalu mengiringi langkah penulis. Terimakasih atas segalanya yang telah diberikan selama ini sampai mengantarkan penulis meraih gelar sarjana. Saya persembahkan gelar ini untuk Bapak dan Ibu tercinta.
8. Teman-temanku yang telah banyak membantu, memberikan dukungan dan semangat, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi penyusunan maupun isi materi. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan dan dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat.

Ponorogo, 10 Juni 2025



Lutfia Ikfawanti
NIM. 21415526

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 10 Juni 2025



Lutfia Ikfawanti
NIM. 21415526

MOTTO

“ Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan ”

(QS Al-Insyirah : 5-6)

“ Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kamu investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kamu impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kamu ceritakan “

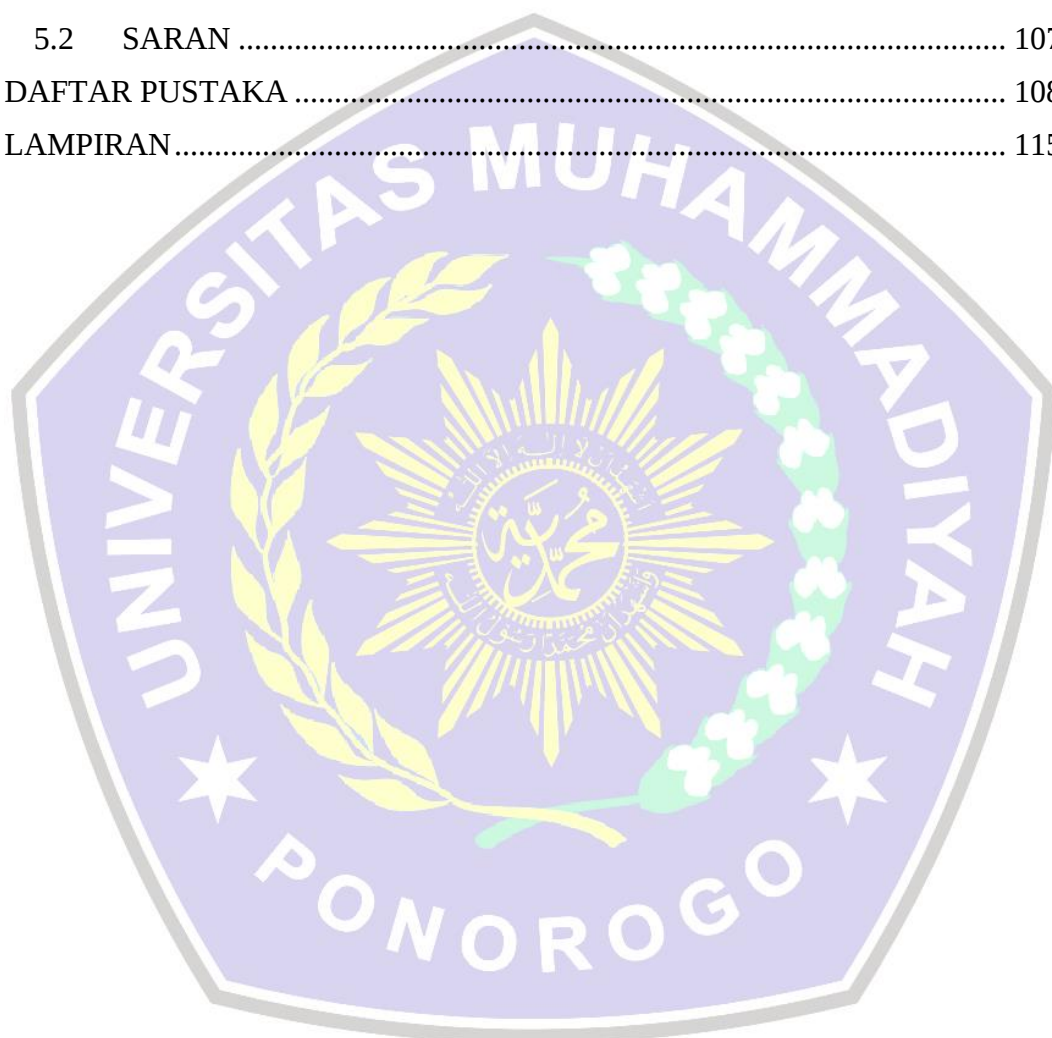
(Boy Chandra)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	vi
KODE ETIK PENELITIAN	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	8
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 LANDASAN TEORI	10
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	53
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	55
2.4 HIPOTESIS	56
BAB III	61
METODE PENELITIAN.....	61
3.1 RUANG LINGKUP PENELITIAN	61
3.2 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	62
3.3 SUMBER DATA	63
3.4 METODE PENGAMBILAN DATA	64
3.5 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	65
3.6 METODE ANALISIS DATA	69

BAB IV	74
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 HASIL PENELITIAN.....	74
4.2 PEMBAHASAN	100
BAB V.....	106
KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 KESIMPULAN	106
5.2 SARAN	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	115



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rekapitulasi Riset Gap.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	53
Tabel 3. 1 Skala Likert	65
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	80
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pangsa Pasar	81
Tabel 4. 5 <i>Digital Marketing</i> (X_1).....	82
Tabel 4. 6 Inovasi (X_2).....	84
Tabel 4. 7 Kualitas Produk (X_3).....	86
Tabel 4. 8 Keunggulan Bersaing (Y)	87
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	92
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi	95
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (Parsial)	96
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 2 Grafik Uji T Variabel <i>Digital Marketing</i>	97
Gambar 3 Grafik Uji T Variabel Inovasi	98
Gambar 4 Grafik Uji T Variabel Kualitas Produk	98
Gambar 5 Grafik Uji F	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	115
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	118
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	122
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	124
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	124
Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	125
Lampiran 7 Hasil Uji T (Parsial).....	125
Lampiran 8 Hasil Uji F (Simultan)	125
Lampiran 9 LoA “Latter of Accepted” Jurnal.....	126
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian.....	127
Lampiran 11 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	128
Lampiran 12 Surat Keterangan Plagiasi.....	130
Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian.....	131

