

**PENGARUH INOVASI, *DIGITAL MARKETING*, DAN *GREEN*
MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(STUDI KASUS TAS JALI *HANDMADE* MASYARAKAT PONOROGO)**



**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**PENGARUH INOVASI, *DIGITAL MARKETING*, DAN *GREEN*
MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(STUDI KASUS TAS JALI *HANDMADE* MASYARAKAT PONOROGO)**



SKRIPSI

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

Nama : Kurnia Saljunasari

NIM : 21415485

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Inovasi, *Digital Marketing*, Dan *Green Marketing* Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Tas Jali *Handmade* Masyarakat Ponorogo)

Nama : Kurnia Saljunasari

NIM : 21415485

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 19 April 2003

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, 15 Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Wahna Widhianingrum, SP,MM.
NUPTK. 3439764665230213



Dwi Warni Wahyuningsih, SE,MM.
NUPTK. 4742764665231052

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si
NUPTK. 0101619990412

Dosen Penguji :

Penguji I

Penguji II

Penguji III



Wahna Widhianingrum, SP,MM.
NUPTK. 3439764665230213



Dra. Umi Farida, M.M.
NUPTK. 4442739640230082



Titis Purwaningrum, S.E M.M.A.
NUPTK. 6736748649230192

ABSTRAK

Pengaruh Inovasi, *Digital Marketing*, dan *Green Marketing* Terhadap Keunggulan Bersaing Studi Kasus Tas Jali *Handmade* Masyarakat Ponorogo.

Kurnia Saljunasari 21415485

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Inovasi, *Digital Marketing*, dan *Green Marketing* Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Tas Jali *Handmade* Masyarakat Ponorogo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner *google form* yang nantinya dianalisis dengan menggunakan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen tas jali *handmade* masyarakat Ponorogo yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 responden yang diperoleh dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Inovasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada tas jali *handmade* masyarakat Ponorogo. (2) *Digital Marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada tas jali *handmade* masyarakat Ponorogo. (3) *Green Marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada tas jali *handmade* masyarakat Ponorogo.

Kata Kunci : Inovasi, *Digital Marketing*, *Green Marketing*, Keunggulan Bersaing

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 15 Juli 2025



Kurnia Saljunasari

MOTTO

“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki”

-Bambang Pamungkas-



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Inovasi, Digital Marketing, Dan Green Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Tas Jali Handmade Masyarakat Ponorogo)”**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Terimakasih kepada Allah SWT, telah memberikan kekuatan fisik dan jiwa hingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Untuk keluarga besar saya terutama untuk Alm. Ayahku Irianto dan Ibuku Widaryati tercinta. Terimakasih telah mendidik, membimbing, mendukung secara moril ataupun materiil, menyayangi dan mendoakan. Mungkin segala curahan terimakasih saja tidak cukup untuk membalas semua kebaikan dan pengorbanan yang telah Ayah Ibu berikan kepadaku. Karena itu terimalah persembahan bakti dan cintaku ini untuk engkau Ayah Ibuku. Ayah Ibuku alasan utamaku untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
3. Ibu Wahna Widhianingrum,SP.,MM, selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing serta memberikan masukan, saran, bantuan, doa, dan dukungan yang ibu berikan selama proses penyusunan skripsi kepada saya.
4. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih,SE.MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan tenaga, waktu, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi kepada saya.
5. Untuk Kakakku Aira Bantarani dan Ilham Bima terimakasih telah mendoakan dan memberikan semangat agar skripsi ini selesai tepat pada waktunya.

6. Untuk seseorang terimakasih telah menjadi sosok yang selalu ada disetiap langkahku. Kehadiranmu, dukunganmu, dan kesabaranmu sangat berarti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat saya, Alfi Nur, Dea Putri, Eviana Eka, Devi Kartika, Lintang Dara, Nimas Mayang, dan Putri Aprillia yang selalu memberi dukungan menyemangati satu sama lain dalam mengejar target untuk bisa segera menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Untuk semua sahabatku yang mungkin tidak bisa di sebutkan satu per satu, terimakasih telah mendukung satu sama lain serta terimakasih telah memberikan bantuan tenaga, pikiran dan support sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya
9. Teman persejuangan angkatan Manajemen C terimakasih sudah kebersamai saya berproses dalam menghadapi dunia perkuliahan. Terimakasih untuk energi positif yang telah diberikan, sukses untuk kalian semua.
10. Terakhir, Kurnia Saljunasari, ya diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan dititik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Inovasi, *Digital Marketing*, Dan *Green Marketing* Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Tas Jali *Handmade* masyarakat Ponorogo). Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata satu (S-1) Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tulus dan hormat kepada :

1. Allah SWT dengan segala Rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan memudahkan dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Slamet Santoso, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Dr. Riawan, S.Pd., MM., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
5. Ibu Wahna Widhianingrum,SP.,MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, SE.MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini kedepanya dapat bermanfaat bagi para pembaca

Wasalamualaikum Wr.Wb

Ponorogo, 15 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kurnia Saljunasari', with a stylized flourish at the end.

Kurnia Saljunasari

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	I
ABSTRAK	II
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK	III
MOTTO	IV
PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> atau Bauran Pemasaran	18
2.1.4 Perilaku Konsumen	20
2.1.5 <i>Dynamic Capability Theory</i>	24
2.1.6 Keunggulan Bersaing.....	25
2.1.7 Inovasi.....	27
2.1.8 <i>Digital Marketing</i> atau Pemasaran Digital.....	29
2.1.9 <i>Green Marketing</i> atau Pemasaran Hijau	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Berfikir.....	37
2.4 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	40

3.2	Populasi Dan Sampel Penelitian	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Sumber Data.....	42
3.3.1	Data primer.....	42
3.3.2	Data Sekunder	42
3.4	Teknik Pengambilan Data	43
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.6	Metode Analisi Data	46
3.6.1	Metode Kuantitatif	46
3.6.2	Uji Instrument	46
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.6.4	Uji Determinasi	48
3.6.5	Uji Hipotesis	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1	Hasil Penelitian	50
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	50
4.1.2	Karakteristik Responden	53
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/ Pekerjaan	55
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	56
4.1.5	Deskripsi Jawaban Responden	57
4.1.6	Uji Instrumen	65
4.1.7	Regresi linear berganda.....	68
4.1.8	Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.1.9	Uji Hipotesis	72
4.2	Pembahasan.....	74
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran.....	79
	DAFTAR PUSTAKA	82
	Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	86
	Lampiran 2 Tabulasi Data	92
	Lampiran 3 Frekuensi Data Responden	100

Lampiran 4 Hasil Olah Data.....	101
Lampiran 5 R tabel dan T tabel.....	107
Lampiran 6 Dokumentasi.....	109
Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan	110
Lampiran 8 Cek Hasil Plagiasi	112



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2. Skala Likert	44
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 6. karakteristik Responden Berdasarkan Profesi atau Pekerjaan	55
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	56
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi (X1).....	57
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Digital Marketing</i> (X2).....	59
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Green Marketing</i> (X3).....	61
Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing (Y).63	
Tabel 12. Uji Validitas	66
Tabel 13. Uji Reabilitas.....	67
Tabel 14. Uji Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	71
Tabel 16. Hasil Uji T.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir.....	37
Gambar 2. Outlet Tas Jali <i>Handmade</i>	50
Gambar 3. Tas Jali <i>Handmade</i>	51
Gambar 4. Platfom Tas Jali <i>Handmade</i>	52

