

**PENGARUH INOVASI DESAIN DAN PEMASARAN DIGITAL
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA
ARRAZIQ INTERIOR KOTA TANJUNGPINANG**

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



**RESI AFIK YUGA SAPUTRI
NIM: 2204020023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Resi Afik Yuga Saputri
NIM : 2204020023
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Desain dan Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Arraziq Interior Kota Tanjungpinang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



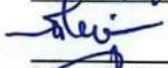
Bunga Paramita, S.E., M.Si
NIP. 198401122024212016

Dosen Pembimbing II



Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc
NIP. 199009292022032011

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Indra Firdiyansyah, S.E., MS.Si</u> NIP. 198902122022031006	Ketua Penguji		28/01/2026
2. <u>Dr. Winata Wira, S.E., M.Ec</u> NIP. 198106082014041001	Penguji I		29/01/26
3. <u>Dr. Rafki RS, SE., MM</u> NIP. 197609252021211003	Penguji II		29/1-2026
4. <u>Bunga Paramita, SE., M.Si</u> NIP. 198401122024212016	Penguji III		29/1/2026
5. <u>Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc</u> NIP. 199009292022032011	Penguji IV		30/1/26

Tanggal Lulus: 28 Januari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Maritim



Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si
NIP. 198207032015042001

Ketua Jurusan Manajemen
Bisnis



Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si
NIP. 199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Resi Afik Yuga Saputri
NIM : 2204020023
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Desain dan Pemasaran Digital Terhadap
Minat Beli Konsumen Pada Usaha Arraziq Interior Kota
Tanjungpinang

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi

Tanjungpinang, 7 Januari 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Bunga Paramita, SE., M.Si
NIP:198401122024212016

Dosen Pembimbing II



Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc.
NIP: 199009292022032011

Mengetahui,

Kordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Ezky Tiwasiningsih, S.E., M.Si
NIP: 199202052022032010

LEMBAR ORISIONALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 28 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Resi Afik Yuga Saputri
NIM. 2204020023

MOTTO

لَا الشَّمْسُ يَنْبَغِي لَهَا أَنْ تُدْرِكَ الْقَمَرَ وَلَا اللَّيْلُ سَابِقُ النَّهَارِ وَكُلٌّ فِي فَلَكٍ يَسْبَحُونَ

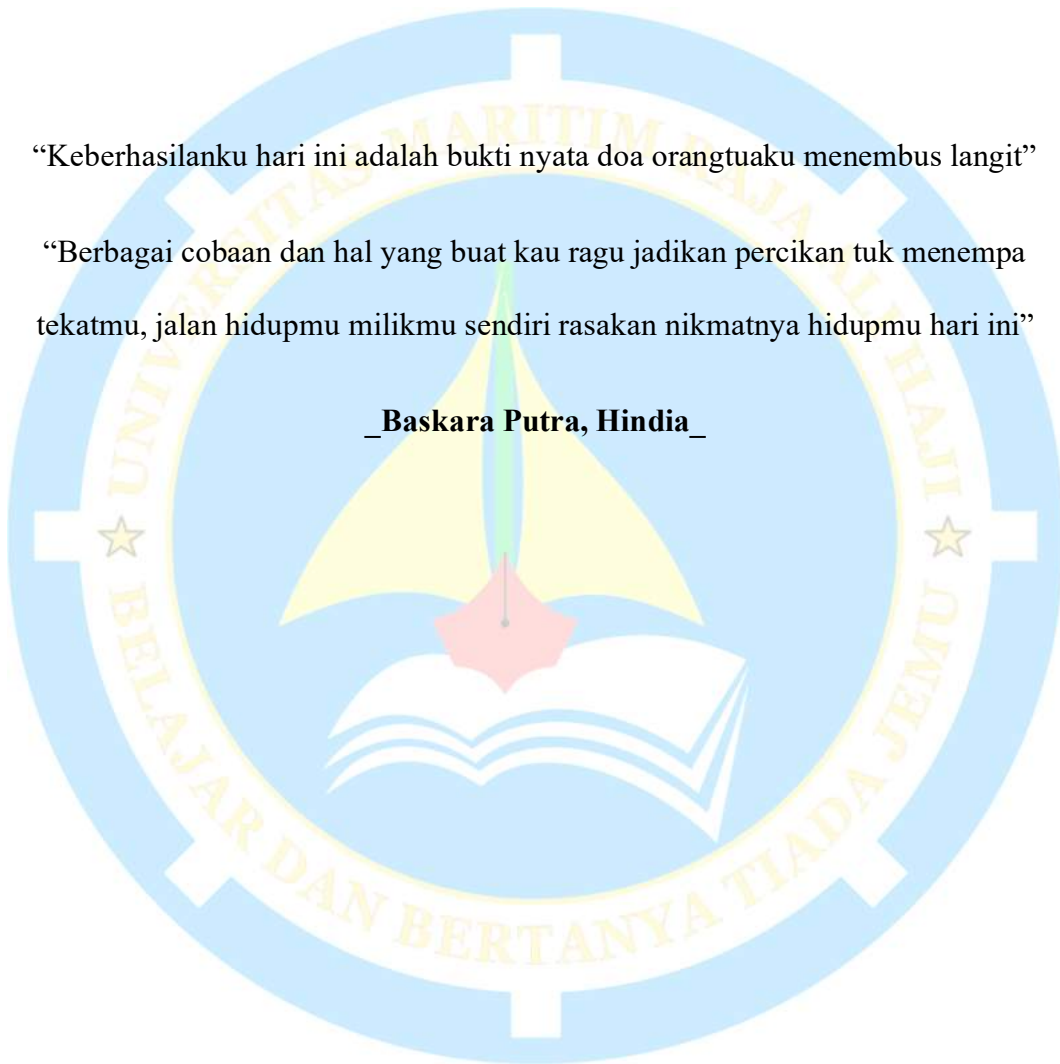
“Tidak mungkin bagi matahari mengejar bulan Dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing masing beredar pada garis edarnya.”

(Qs. Yasin:40)

“Keberhasilanku hari ini adalah bukti nyata doa orangtuaku menembus langit”

“Berbagai cobaan dan hal yang buat kau ragu jadikan percikan tuk menempa tekadmu, jalan hidupmu milikmu sendiri rasakan nikmatnya hidupmu hari ini”

Baskara Putra, Hindia



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim

Puji syukur yang sedalam - dalamnya penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul: Pengaruh Inovasi Desain dan Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Arraziq Interior Kota Tanjungpinang).

Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sehubungan dengan selesainya proposal ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terimakasih kepada Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA, yang merupakan Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Terimakasih kepada Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Terimakasih kepada Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si, sebagai Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing I Ibu Bunga Paramita, SE., M.Si yang telah memberikan arahan, masukan serta semangat kepada penulis pada saat bimbingan.

5. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing II, Ibu Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc yang telah memberikan arahan, masukan serta semangat kepada penulis pada saat bimbingan.
6. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Karso dan Ibu Umriatun, atas segala kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan yang tak ternilai selama ini. Terima kasih karena telah memberikan pendidikan yang layak, memperjuangkan segala kebutuhan dengan sepuh hati, dan senantiasa melangitkan doa-doa terbaik bagi penulis. Kehadiran dan cinta tulus Bapak dan Ibu menjadi semangat utama dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini. Gelar ini tidak akan pernah tercapai tanpa kerja keras dan doa yang terus mengiringi setiap langkah penulis.
7. Penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat seperjuangan tercinta Resa, Arni, Reza, Reny, Miranda, Trisna, dan Rama, yang selalu hadir memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap tawa, doa, dan perjuangan yang telah kita lalui bersama. Kalian bukan hanya teman, tetapi juga keluarga kedua yang senantiasa menguatkan di saat penulis hampir menyerah. Kebersamaan kita dalam suka dan duka selama menjalani perjalanan akademik ini akan selalu menjadi kenangan indah yang tak terlupakan. Semoga keberhasilan ini menjadi awal dari kesuksesan kita masing-masing di masa depan. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
8. Terima kasih untuk diriku sendiri yang telah bertahan, bangkit dari lelah, dan terus melangkah meski sering ragu. Skripsi ini adalah bukti bahwa aku mampu

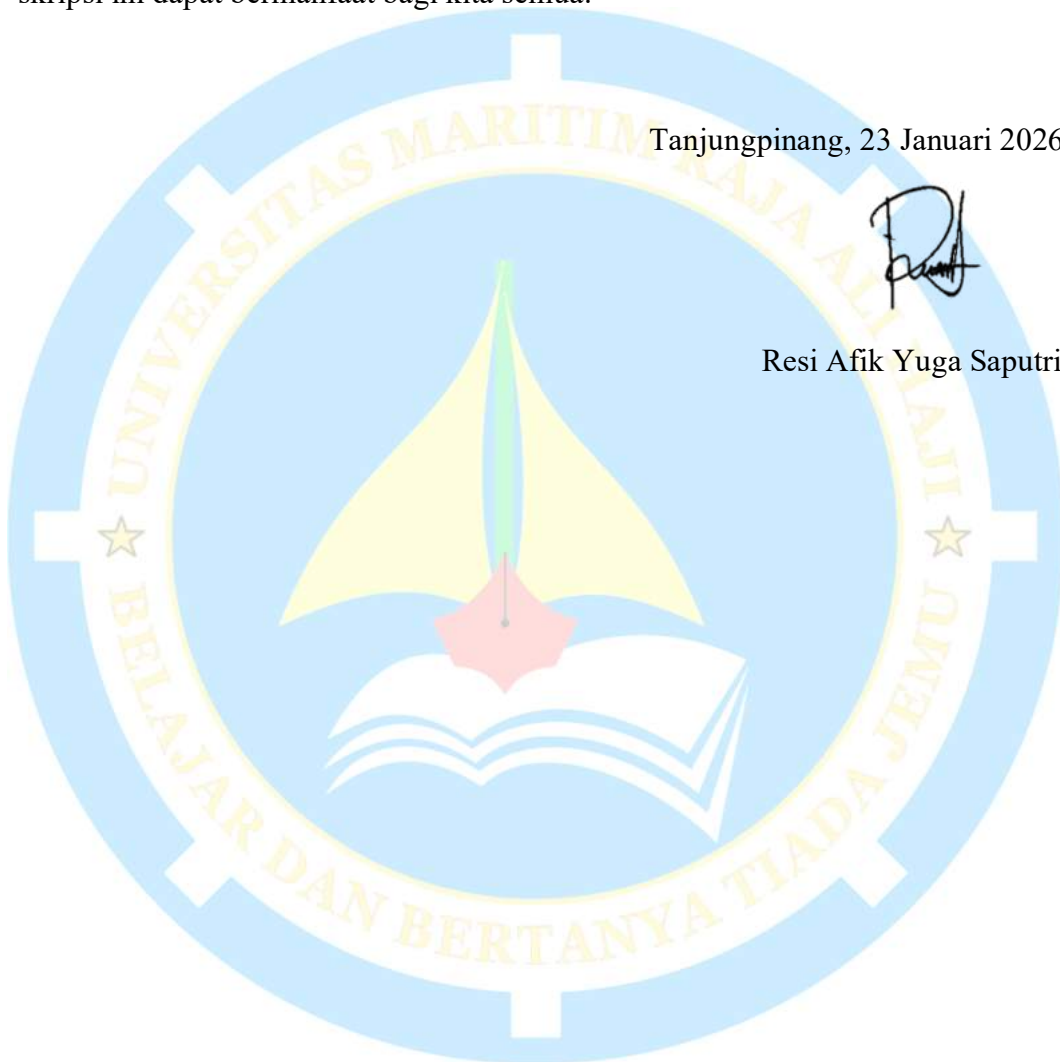
menyelesaikan apa yang pernah terasa mustahil. Skripsi ini menjadi saksi perjalanan panjang yang penuh pembelajaran dan pertumbuhan.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Tanjungpinang, 23 Januari 2026



Resi Afik Yuga Saputri



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10

1.7 Sistematika Penelitian	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 <i>Grand Theory</i> Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>)	14
2.1.2 Inovasi Desain	15
2.1.2.1 Indikator Inovasi Desain	15
2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Desain..	16
2.1.3 Pemasaran Digital.....	17
2.1.3.1 Indikator Pemasaran Digital	18
2.1.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Digital	19
2.1.4 Minat Beli Konsumen	20
2.1.4.1 Indikator Minat Beli Konsumen	21
2.1.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Pengembangan Hipotesis	35

2.4.1 Pengaruh Inovasi Desain (X1) terhadap Minat Beli Konsumen (Y).....	35
2.4.2 Pengaruh Pemasaran Digital (X2) terhadap Minat Beli Konsumen (Y).....	36
2.4.3 Pengaruh Inovasi Desain (X1) dan Pemasaran Digital (X2) terhadap Minat Beli konsumen.....	36
2.5 Hipotesis.....	38
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
★ 3.3 Operasional Variabel Penelitian	41
3.3.1 Variabel Independen	41
3.3.2 Variabel Dependen.....	41
3.4 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel.....	45
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Sumber Data	47
3.5.1.1 Data Primer	47

3.5.1.2 Data Sekunder.....	47
3. 6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Uji Kualitas Data	49
3.6.1.1 Uji Validitas	49
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	50
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	51
3.6.2.1 Uji Normalitas	51
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	51
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	53
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	54
3.6.4.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	54
3.6.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	55
3.6.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1 Profil Arraziq Interior	57
4.1.2 Visi dan Misi Arraziq Interior	57
4.1.3 Gambaran Umum Desain Arraziq Interior	58
4.1.4 Distribusi Responden	61

4.1.5 Karakteristik Responden.....	62
4.1.5.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.5.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.5.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi	66
4.1.6 Deskripsi Tanggapan Responden	67
4.1.6.1 Deskripsi Variabel Inovasi Desain (X1)	67
4.1.6.2 Deskripsi Variabel Pemasaran Digital (X2)	70
4.1.6.3 Deskripsi Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	73
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	76
4.2.1 Teknik Analisis Data	76
4.2.1.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif	77
4.2.2 Uji Kualitas Data	78
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	83
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas	83
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas	85
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda	88
4.2.5 Uji Hipotesis	89
4.2.5.1 Uji Parsial (Uji-t).....	89
4.2.5.2 Uji Simultan (Uji-f).....	92

4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	93
4.2.6 Pembahasan Hipotesis.....	96
4.2.6.1 Pengaruh Inovasi Desain terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Arraziq Interior Kota Tanjungpinang	96
4.2.6.2 Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Arraziq Interior Kota Tanjungpinang .	98
4.2.6.3 Pengaruh Inovasi Desain dan Pemasaran digital Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Arraziq Interior Kota Tanjungpinang	99
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	101
★ 5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Pemesanan Dalam Penggunaan Arraziq Interior dari Tahun 2021 – 2025	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2.2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	42
Tabel 3.2	Bobot dan Nilai Kuesioner	49
Tabel 4.1	Tabel Data Distribusi Responden.....	62
Tabel 4.2	Identifikasi Responden Berdasarkan Yang Pernah Mengetahui Jasa Arraziq Interior Tanjungpinang dan Yang Mengetahui Akun Instagram Arraziq Interior	63
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan atau Profesi.....	67
Tabel 4.6	Jawaban Responden Pada Variabel Inovasi Desain (X1)	68
Tabel 4.7	Jawaban Responden Pada Variabel Pemasaran Digital (X2)	71
Tabel 4.8	Jawaban Responen Pada Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	74
Tabel 4.9	Hasil Uji Staristik Deskriptif	78
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Inovasi Desain (X1)	79

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Pemasaran Digital (X2)	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Realiabilitas Inovasi Desain (X1)	82
Tabel 4.14 Hasil Uji Realiabilitas Pemasaran Digital (X2).....	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Realiabilitas Minat Beli Konsumen (Y)	83
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>One Sampel Kolmogorov Smirnov Test</i>	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	89
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	92
Tabel 4.21 Hasil Uji Determinasi (R^2)	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Batang Perbandingan Jumlah Pengikut Instagram Usaha Interior di Kota Tanjungpinang.....	5
Gambar 1.2	Diagram Lingkaran Hasil Pra Survei Tingkat Persepsi Konsumen terhadap Kemampuan Arraziq Interior Mengikuti Tren Desain Terkini	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1	Desain <i>Kithen Set</i> Arraziq Interior	59
Gambar 4.2	Desain <i>Bagdrop TV</i> Arraziq Interior	60
Gambar 4.3	Desain Kamar Tidur Arraziq Interior.....	60
Gambar 4.4	Desain <i>Molding</i> Arraziq Interior	61
Gambar 4.5	Desain Lemari Arraziq Interior	61
Gambar 4.6	Hasil Grafik Histogram.....	84
Gambar 4.7	Hasil P-Plot.....	84
Gambar 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	88
Gambar 4.9	Hasil Uji Hipotesis	97

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif
- Lampiran 4 Hasil Uji Kualitas Data
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 T Tabel
- Lampiran 9 F Tabel
- Lampiran 10 R Tabel
- Lampiran 11 Dokumentasi

