

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Selera Konsumen, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar” ditulis oleh Niki Mukti Lestari, NIM. 12405183188, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan strategi penunjang kemajuan bisnis. Namun, masih banyak pelaku bisnis yang mengabaikan penerapan strategi tersebut. Khususnya para pelaku UMKM olahan makanan ringan tradisional. Perkembangan bisnis makanan ringan yang pesat, memunculkan berbagai usaha yang serupa serta persaingan usaha didalamnya semakin ketat. Sehingga bisnis yang memiliki daya saing rendah akan tersingkirkan. Maka, menerapkan strategi terutama inovasi produk, selera konsumen, dan harga diperlukan untuk menciptakan bisnis yang berdaya saing dan unggul. Adanya penerapan strategi tersebut akan menciptakan keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini yaitu (1) untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, (2) untuk mengetahui pengaruh selera konsumen terhadap keputusan pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, (3) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, (4) untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, selera konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan data dalam penelitian menggunakan kuesioner dengan model pengukuran skala likert yang disebarakan pada 100 responden. Data kuesioner penelitian dianalisis menggunakan SPSS 22.0 melalui teknik analisis keabsahan data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda serta pengujian hipotesis secara parsial (Uji T) dan secara simultan (Uji F).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan selera konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar, (4) Terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara inovasi produk, selera konsumen, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Pusat Oleh-oleh Kuda Terbang UD. Bu Sulasmi, Blitar.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Selera Konsumen, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title “The Influence of Product Innovation, Consumer Taste, and Price on Purchase Decisions at the Flying Horse Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi, Blitar” written by Niki Mukti Lestari, NIM. 12405183188, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, mentor Dr. Sutopo, M.Pd.

This research is motivated by the importance of implementing strategies to support business progress. However, there are still many business people who ignore the implementation of this strategy. Especially the SMEs processed traditional snacks. The rapid development of the snack food business has led to various similar businesses and the business competition in it is getting tougher. So that businesses that have low competitiveness will be eliminated. Therefore, implementing strategies, especially product innovation, consumer tastes, and prices, is needed to create a competitive and superior business. The implementation of this strategy will create a buying decision.

The purpose of this study is (1) to determine the effect of product innovation on purchasing decisions at the Kuda Terbang Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi, (2) to determine the effect of consumer tastes on purchasing decisions at the Kuda Terbang Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi, (3) to determine the effect of price on purchasing decisions at the Kuda Terbang Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi, (4) to determine the effect of product innovation, consumer tastes and prices on purchasing decisions at the Kuda Terbang Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi.

This research method uses a quantitative approach with the type of associative research. Collecting data in the study using a questionnaire with a Likert scale measurement model distributed to 100 respondents. The research questionnaire data was analyzed using SPSS 22.0 through data validity analysis techniques, classical assumption tests, multiple linear regression tests and hypothesis testing partially (T test) and simultaneously (F test).

The results of this study indicate that: (1) There is a positive and significant effect of product innovation partially on purchasing decisions at the Kuda Terbang Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi, Blitar. (2) There is a positive and significant influence of consumer tastes partially on purchasing decisions at the Kuda Terbang Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi, Blitar. (3) There is a partial positive and significant effect of price on purchasing decisions at the Kuda Terbang Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi, Blitar. (4) There is a simultaneous and significant influence between product innovation, consumer tastes, and prices on purchasing decisions at the Kuda Terbang Souvenir Center UD. Mrs. Sulasmi, Blitar.

Keywords: Product Innovation, Consumer Taste, Price and Purchase Decision