

ABSTRAK

Buku dengan judul “Minat Beli Konsumen Dengan Teknik Pengembangan Produk UMKM” ini ditulis oleh Indri Febriana, NIM 12405183177. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Minat beli sering disebut sebagai perilaku pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Adanya faktor pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan dapat memperkuat posisi produk di dalam pasar, sehingga dapat menunjang dalam meningkatnya minat pembelian. Pengembangan produk dilihat sebagai cara untuk mempertahankan perusahaan yang mencakup seluruh kegiatan yang didasarkan atas tahapan dalam proses pengembangan untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Dalam hal ini, tak kalah pentingnya adanya minat beli mengakibatkan banyak persepsi dari konsumen, sehingga menuntut perusahaan untuk menghasilkan produk yang unggul.

Dalam memberikan wawasan mengenai minat beli konsumen dan pengembangan produk, secara garis besar buku ini menyasar untuk semua khalayak umum yang dapat membantu dan memudahkan bagi pebisnis dalam mengambil keputusan dalam melakukan pengembangan produk agar dapat memberikan olahan yang unggul dan tetap diminati konsumen.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Produk, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

The book with the title "Consumer Buying Interest with MSME Product Development Techniques" was written by Indri Febriana, NIM 12405183177. Sharia Business Management Department, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Supervisor Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Buying interest is often referred to as buying behavior made by consumers. The existence of product development factors carried out by the company can strengthen the product's position in the market, so that it can support increased purchase interest. Product development is seen as a way to maintain a company that includes all activities based on stages in the development process to produce quality products. In this case, it is equally important to have buying interest resulting in many perceptions from consumers, thus requiring companies to produce superior products.

In providing insight into consumer buying interest and product development, broadly speaking, this book is aimed at all general audiences who can help and make it easier for business people to make decisions in developing products so that they can provide superior products and remain in demand by consumers.

Keywords: Product Development Strategy, Consumer Buying Interest