

## ABSTRAKSI

Rizky Puspitasari, Nomor Induk Mahasiswa 152120065, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak Markobar Cabang Yogyakarta. Dosen pembimbing I : Dr. Susanta, M.Si dan Dosen Pembimbing II : Dr. Adi Soeprapto, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak Markobar. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Systematic Random Sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 84 responden yang terdiri dari pembeli/konsumen Martabak Markobar cabang Yogyakarta. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 16.00. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian sebesar  $0,004 < 0,05$  serta terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar  $0,000 < 0,05$  dan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian sebesar  $0,006 < 0,05$ . Adapun Pengaruh positif dan signifikan Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  pada produk Martabak Markobar.

Berdasarkan hasil penelitian ini Martabak Markobar diharapkan dapat mempertahankan inovasi pada produknya dan juga disarankan dengan menambah lebih banyak lagi varian rasa/topping baru disesuaikan dengan selera konsumen, bentuk dari produk martabak yang baru, serta desain kemasan pembungkus yang menarik. Sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci : Inovasi Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian