

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
COKRO TELA CAKE DI KOTA YOGYAKARTA**

Oleh : Ismikusuma Astuti
Dibimbing Oleh : Budiarto dan Agus Santosa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengaruh inovasi produk, kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Cokro Tela Cake, (2) mengetahui karakteristik konsumen yang membeli produk Cokro Tela Cake. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian menggunakan metode studi kasus. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *incidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 50 orang. Macam dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan kuesioner. Pengujian instrumen menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. Teknik analisis dan pengujian hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) inovasi produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Cokro Tela Cake, (2) karakteristik konsumen yang membeli produk Cokro Tela Cake hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan yang berada pada usia dewasa awal yaitu antara 19 – 24 tahun pada tingkat pendidikan terakhir sarjana (S1) dan mayoritas responden adalah mahasiswa dan pegawai swasta yang memiliki pendapatan per bulan sebanyak Rp1.000.000 – Rp2.000.000.

Kata kunci : inovasi produk, kualitas produk, harga, citra merek, keputusan pembelian

***THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION, PRODUCT QUALITY, PRICE,
AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION OF COKRO TELA CAKE
PRODUCTS IN YOGYAKARTA***

*By: Ismikusuma Astuti
Supervised by: Budiarto and Agus Santosa*

ABSTRACT

This study is aimed at (1) analyzing the effect of product innovation, product quality, price, and brand image on purchase decision of Cokro Tela Cake products, and (2) determining the characteristic of the consumers who buy Cokro Tela Cake products. This research used a descriptive method. The method of conducting research used a case study. The sampling technique used in this research was an incidental sampling. The total sampel was 50 people. The kinds and sources of data were a primary data and secondary data. The data collection technique used interview, observation, and questionnaires. The instrumen testing used a reliability test and validity test. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis, adjusted r square, F test, and t test. The results show that (1) the product innovation, the product quality, and the price influence on customers' purchase decision of Cokro Tela Cake products, (2) the characteristic of the consumers who buy Cokro Tela Cake products are almost balanced between men and women who are in early adulthood, i.e. between 19-24 years with a bachelor's degree qualification (S1) or equivalent. The majority of respondents are students and private employees who have monthly income of IDR 1,000,000 - IDR 2,000,000.

Keywords: *product innovation, product quality, price, brand image, purchase decision*