

## ABSTRAK

Eko Wahyu Ahdanianto 152120016, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian : Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Batik Dewi Kunthi), 2016. Pembimbing I Dr. Susanta, S.Sos, M.Si dan Pembimbing II Humam Santosa Utomo, S.Sos, M.AB

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi secara simultan maupun secara parsial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi secara simultan maupun secara parsial.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Batik Dewi Kunthi yang tersebar di tempat produksi dan *show room* Batik Dewi Kunthi. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *sampling purposive*. Dengan menggunakan rumus Rao Purba, sehingga didapatkan ukuran sampel 96 responden. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh positif dan signifikan inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Dalam analisis inferensial menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji Hipotesis dan uji koefisien determinan ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh inovasi produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) diperoleh nilai F hitung = 21,326 > F tabel = 3,094 dan signifikansi = 0,000 < 0,05 ini berarti variabel independen inovasi produk dan harga secara simultan benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian konsumen. Pada hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa inovasi produk dan harga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi yaitu sebesar  $Y = 1,593 + 0,233 X_1 + 0,431 X_2$ , ini berarti setiap terjadi kenaikan variabel inovasi produk dan harga maka variabel keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi akan mengalami kenaikan secara searah. Hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) sehingga diperoleh nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,300 atau 30,0% ini berarti variabel bebas inovasi produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi sebesar 30,0% dan sisanya 70% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini, dan pengaruh secara parsial dapat dibuktikan dengan hasil nilai t hitung inovasi produk > t table ( 3,060 > 1,986 ) dengan signifikansi 0,003 < 0,05 dan nilai t hitung harga > t table ( 4,952 > 1,986 ) dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian tersebut menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh signifikan inovasi produk dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

Saran dalam penelitian ini adalah Batik Dewi Kunthi selalu memperhatikan penetapan harga yang ditawarkan karena signifikansi harga lebih besar dari inovasi produk sehingga harga sangat sensitive terhadap terjadinya keputusan pembelian konsumen. Batik Dewi Kunthi juga harus memperhatikan faktor selain inovasi produk dan harga karena pengaruh yang diperoleh hanya sebesar 30% dalam hal ini peneliti memberi saran agar Batik Dewi Kunthi meningkatkan promosinya dengan memanfaatkan media sosial dan membuka outlet baru agar pasar penjualan semakin luas dan persentase keputusan pembelian konsumen meningkat.

Kata Kunci : keputusan pembelian, inovasi produk, dan harga