

ABSTRAK

Imas Masitoh. 2020. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Jual Terhadap Minat Beli di Perusahaan Kelom Geulis Karima Key Tasikmalaya: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Minat beli merupakan niat atau keinginan seseorang dalam melakukan pembelian produk sebelum akhirnya memutuskan untuk benar-benar melakukan pembelian. Minat beli ini menjadi permasalahan yang dirasakan oleh pengrajin kelom geulis Karima Key Tasikmalaya yaitu terjadinya penurunan minat beli. Menurunnya minat beli masyarakat ini menyebabkan penjualan produk semakin berkurang sehingga mengakibatkan penurunan omset penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu kualitas, *brand/merk*, kemasan, harga, ketersediaan barang dan faktor acuan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh inovasi produk dan harga jual terhadap minat beli di perusahaan Kelom Geulis Karima Key Tasikmalaya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Jumlah populasi sebanyak 2.664 orang dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 97 responden. Dalam teknik analisa data menggunakan regresi sederhana dan berganda, korelasi sederhana dan berganda serta koefisien determinasi.

Hasil analisa data yang diperoleh bahwa persamaan regresi sederhana :

1) $X_1 \rightarrow Y$ diperoleh $Y = 39,281 + 0,248X_1$, koefisien korelasi 0,196 dan koefisien determinasi sebesar 3,9%. 2) $X_2 \rightarrow Y$ diperoleh $Y = 59,769 + 0,204X_2$, koefisien korelasi -0,143 dan koefisien determinasi sebesar 2%. 3) $X_1X_2 \rightarrow Y$ diperoleh berdasarkan regresi linear berganda diperoleh nilai $Y = 47,383 + 0,262X_1 + 0,224X_2$ dengan koefisien korelasi berganda sebesar 0,251 dan koefisien determinasi 6,3%.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah inovasi produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y), harga jual (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y) sedangkan inovasi produk (X_1) dan harga jual (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap minat beli (Y).

Kata kunci : Inovasi Produk, Harga Jual, Minat Beli