

ABSTRAK

William Husin, 181010164, 2022, Pengaruh Inovasi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Sinar Wahana Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Hasyim S.Ag., S.E., M.M., Pembimbing II: Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Wahana, mengetahui pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Wahana, mengetahui pengaruh Inovasi dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Wahana.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2021 sebanyak 15.382 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 99 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 19,151 + 0,237 Inovasi + 0,344 Atribut Produk + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Inovasi memiliki nilai $t_{hitung} (2,576) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,012 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima karena terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Inovasi terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Wahana. Hasil analisis menunjukkan Atribut Produk memiliki nilai $t_{hitung} (3,666) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima karena terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Wahana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi dan Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Wahana berdasarkan nilai $F_{hitung} (22,066) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi dan Atribut Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Sinar Wahana. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,301 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi dan Atribut Produk sebesar 30,1% sedangkan sisanya 69,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diketahui.

Kata Kunci: Inovasi, Atribut Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

William Husin, 181010164, 2022, The Influence of Innovation and Product Attributes on Purchasing Decisions in MSMEs (Case Study on MSME Sinar Wahana Medan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Dr. Hasyim S.Ag., S.E., M.M., Supervisor II: Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Sc.

This study aims to determine the effect of innovation on purchasing decisions at Sinar Wahana, to determine the effect of product attributes on purchasing decisions at Sinar Wahana, to determine the effect of innovation and product attributes to purchasing decisions at Sinar Wahana.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all consumers who make purchases at the company during the 2021 period as many as 15,382 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 99 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Purchase Decision = 19,151 + 0,237 Innovation + 0,344 Product Attribute + e.

The results of the research analysis show that Innovation has a value of $t_{count} (2.576) > t_{table} (1.984)$ with a significant level of $0.012 < 0.05$ so it can be concluded that the first hypothesis is accepted because there is a partially significant positive effect between Innovation on Purchasing Decisions at Sinar Wahana. The results of the analysis show that the product attributes have a value of $t_{count} (3.666) > t_{table} (1.984)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that the second hypothesis is accepted because there is a partially significant positive effect between product attributes on purchasing decisions at Sinar Wahana.

The results showed that product innovation and attributes had a positive and significant effect on purchasing decisions at Sinar Wahana based on the value of $F_{count} (22.066) > F_{table} (3.09)$ with a significance of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that the third hypothesis is accepted because there is an influence There is a significant relationship between Innovation and Product Attributes simultaneously on Purchasing Decisions at Sinar Wahana. The results of this study are supported by the value of R Square (R^2) or the coefficient of determination obtained is 0.301, meaning that the Purchasing Decision variable can be explained by the Innovation and Product Attributes variable of 30.1% while the remaining 69.9% is influenced by other unknown factors.

Keywords: Innovation, Product Attributes, Purchase Decision.