

ABSTRAK

Setiawan, 181010105, 2022, Pengaruh Inovasi dan Layanan Terhadap Pembelian Pada Bakso Sapi Semarang, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., Pembimbing II: Bambang Sutejo, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Pembelian pada Bakso Sapi Semarang, mengetahui pengaruh Layanan terhadap Pembelian pada Bakso Sapi Semarang, mengetahui pengaruh Inovasi dan Layanan terhadap Pembelian pada Bakso Sapi Semarang.

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 Bakso Sapi Semarang selama periode 2020 sebanyak 8.352 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 **Pembelian = 1,547 + 0,575 Inovasi + 0,469 Layanan + e**.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Inovasi memiliki nilai $t_{hitung} (5,090) > t_{tabel} (1,985)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Inovasi terhadap Pembelian pada Bakso Sapi Semarang. Hasil analisis menunjukkan Layanan memiliki nilai $t_{hitung} (3,696) > t_{tabel} (1,662)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Layanan terhadap Pembelian pada Bakso Sapi Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi dan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian pada Bakso Sapi Semarang berdasarkan nilai $F_{hitung} (52,541) > F_{tabel} (3,07)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi dan Layanan secara simultan terhadap Pembelian pada Bakso Sapi Semarang. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,523 artinya variabel Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi dan Layanan sebesar 52,3% sedangkan sisanya 47,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti harga, cita rasa, promosi dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Inovasi, Layanan, Pembelian

ABSTRACT

Setiawan, 181010105, 2022, The Influence of Innovation and Service on Purchases in Semarang Beef Meatballs, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., Supervisor II: Bambang Sutejo, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of innovation on purchases of beef meatballs in Semarang, determine the effect of service on purchases of beef meatballs in Semarang, and determine the effect of innovation and service on purchases of beef meatballs in Semarang.

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 made purchases at Semarang Beef Meatballs during the 2020 period as many as 8,352 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 $Purchasing = 1,547 + 0,575 Innovation + 0,469 Service + e$.

The results of the research analysis show that Innovation has a value of $t_{count} (5.090) > t_{table} (1.985)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Innovation on Purchases of Semarang Beef Meatballs. The results of the analysis show that the service has a value of $t_{count} (3.696) > t_{table} (1.662)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between the service on the purchase of the Semarang Beef Meatballs.

The results showed that Innovation and Service had a positive and significant effect on Purchases at Semarang Beef Meatballs based on the value of $F_{count} (52.541) > F_{table} (3.07)$ with a significance of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that there is a significant effect between Innovation and Simultaneous service to the purchase of the Semarang Beef Meatballs. The results of this study are supported by the value of R Square (R^2) or the coefficient of determination obtained is 0.523, meaning that the Purchasing variable can be explained by the Innovation and Service variable of 52.3% while the remaining 47.7% is influenced by other factors originating from outside the model. this research such as price, taste, promotion and various other variables.

Keywords: Innovation, Service, Purchase.