

ABSTRAK

Novia Wulandari, 181010237, 2022, Pengaruh Harga dan Inovasi terhadap Keputusan Pembelian, STIE Eka Prasetya, Program Studi Akuntansi, Pembimbing I: Muhammad Ali Akbar, S.E.,M.M., Pembimbing II : Irvan Rolyesh Situmorang, S.E.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus makanan dan minuman skala kecil di simpang kanan rohil), mengetahui apakah Inovasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus makanan dan minuman skala kecil di simpang kanan rohil), dan mengetahui apakah Harga dan Inovasi, sama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus makanan dan minuman skala kecil di simpang kanan rohil). 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 sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner ke masyarakat (pembeli) di simpang kanan rohil dan data sekunder diperoleh dari data-data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah masyarakat (pembeli) di simpang kanan rohil di bulan April 2022 sampai Mei 2022 yang berjumlah 120 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan Keputusan Pembelian = 16,099 + 0,683 Harga + 0,428 Inovasi + e. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus makanan dan minuman skala kecil di simpang kanan rohil) berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 6,373 > 2,04841$. Hasil analisis menunjukkan Inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus makanan dan minuman skala kecil di simpang kanan rohil) berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 4,026 > t_{tabel} 2,04841$. Hasil penelitian menunjukkan Harga dan Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus makanan dan minuman skala kecil di simpang kanan rohil) berdasarkan hasil uji hipotesis secara serempak yaitu sebesar $F_{hitung} 127,841 > F_{tabel} 3,35$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R Square = 0,686$ atau 68,6% yang artinya bahwa Harga dan Inovasi secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 68,6% terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 31,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dan dibahas dalam penelitian ini seperti *Profesionalisme* dan *Integritas*.

Kata Kunci: Harga, Inovasi, Keputusan Pembelian, *Profesionalisme* dan *Integritas*.

ABSTRACT

Novia Wulandari, 181010237, 2022, The Influence of Price and Innovation on Purchasing Decisions, STIE Eka Prasetya, Accounting Study Program, Supervisor I: Muhammad Ali Akbar,S.E.,M.M., Supervisor II: Irvan Rolyesh Situmorang,S.E.,M.Si.

This study aims to determine whether the price has an effect on purchasing decisions (a case study of small-scale food and beverages at the rohil intersection), and to find out whether the price and Innovation, both have an effect on Purchase Decisions (a case study of small-scale food and beverages at the rohil right intersection). 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 and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to the public (buyers) at the rohil intersection and secondary data obtained from data and literature relating to the problems discussed. The population in this study is the number of people (buyers) at the Simpang Right Rohil in April 2022 to May 2022, totaling 120 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Purchase Decision = 16.099 + 0.683 Price + 0.428 Innovation + e. The results of the research analysis show that price has a significant influence on purchasing decisions (a case study of small-scale food and beverages at the rohil right intersection) based on the results of partial hypothesis testing, namely tcount 6.373 > 2.04841. The results of the analysis show that innovation has a significant influence on purchasing decisions (a case study of small-scale food and beverages at the rohil right intersection) based on the results of partial hypothesis testing, namely tcount 4.026 > ttable 2.04841. The results showed that price and innovation had a significant effect on purchasing decisions (a case study of small-scale food and beverages at the rohil right intersection) based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely Fcount 127.841 > Ftable 3.35. The results of this study are supported by the value of R Square = 0.686 or 68.6%, which means that price and innovation simultaneously have an effect of 68.6% on purchasing decisions. While the remaining 31.4% is influenced by other variables not examined and discussed in this study such as Professionalism and Integrity.

Keywords: Price, Innovation, Purchase Decision, Professionalism and Integrity.