

ABSTRAK

Nama: MUHADIRIN, NIM: 16007, Pengaruh Inovasi Produk, Promosi Katalog, Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli Di CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi produk berpengaruh terhadap Minat Beli di CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus, 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh promosi katalog berpengaruh terhadap Minat Beli di CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus, 3) Untuk menguji secara empiris pengaruh pengetahuan produk berpengaruh terhadap Minat Beli di CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan field research dengan metode angket yang disebarakan langsung pada konsumen CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus sebanyak 90 responden. Teknik pengampilan sampel menggunakan sampel jenuh. Pengambilan sampel jenuh dengan menggunakan penentuan jumlah keseluruhan sampel karena jumlah yang diteliti dari populasi kurang dari 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi.

Adapun hasil temuan penelitian ini adalah: 1) Inovasi Produk memiliki pengaruh terhadap minat beli di CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus, dibuktikan bahwa hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar $13,961 > t_{tabel}$ sebesar 2,001 dengan taraf signifikansi dibawah 5%, 2) Promosi Katalog memiliki pengaruh terhadap minat beli di CV. Mubarok Food Cipta Delicia Kudus, dibuktikan bahwa hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar $2,274 > t_{tabel}$ sebesar 2,001 dengan taraf signifikansi dibawah 5%, 3) Pengetahuan Produk memiliki pengaruh terhadap minat beli di CV. Mubarok Food Cipta Delicia Kudus, dibuktikan bahwa hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar $2,789 > t_{tabel}$ sebesar 2,001 dengan taraf signifikansi dibawah 5%.

Kata kunci: Inovasi Produk, Promosi Katalog, Pengetahuan Produk, Minat Beli

ABSTRACT

Name: MUHADIRIN, **NIM:** 16007, *Effects of Product Innovation, Catalog Promotion, Product Knowledge on Buying Interests at Kudus CV.Mubarok Food Cipta Delicia.*

The purpose of this study are: 1) To test empirically examine the effect of product innovation on the Purchase Interest in Kudus CV.Mubarok Food Cipta Delicia, 2) To test empirically the effect of catalog promotion influences the Purchase Interest in Kudus CV.Mubarok Food Cipta Delicia, 3) For test empirically the effect of product knowledge on the Buying Interest in CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus.

This study uses a field research approach with a questionnaire method that is distributed directly to consumers CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus as many as 90 respondents. Sampling technique using saturated samples. Sampling is saturated by using the determination of the total number of samples because the amount studied from the population is less than 100 people. The data analysis technique uses regression analysis.

The findings of this study are: 1) Product Innovation has an influence on the buying interest of CV.Mubarok Food Cipta Delicia in holy, proven that the results of the value of $t_{count} > t_{table}$. This can be seen the value of t_{count} of 13.961 $>$ t_{table} of 2.001 with a significance level below 5%, 2) Promotional Catalogs have an influence on buying interest in CV. Mubarok Food Cipta Delicia is holy, it is proven that the results of the value of $t_{count} > t_{table}$. This shows that the value of t_{count} is 2,274 $>$ t_{table} of 2,001 with a significance level below 5%, 3) Knowledge of the product has an influence on buying interest in CV. Mubarok Food Cipta Delicia is holy, it is proven that the results of the value of $t_{count} > t_{table}$. It can be seen that the value of t_{count} is 2.789 $>$ t_{table} is 2.001 with a significance level below 5%.

Keywords: *Product Innovation, Catalog Promotion, Product Knowledge, Buying Interest*

المخلص

، آثار الابتكار المنتج ، والترويج كتالوج ، NIM: 16007 ، محاد رين : الاسم ،
CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus المعرفة بالمنتجات على شراء الاهتمامات في
Kudus.

الغرض من هذه الدراسة هو: (١) معرفة تأثير الابتكار في المنتج على شراء الفائدة
لمعرفة واختبار تجريبي يؤثر تأثير (٢) CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus في
(٣) CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus ترويج الكتالوج على مصلحة الشراء في
CV.Mubarok Food معرفة واختبار تجريبيا تأثير المعرفة بالمنتج على شراء الفائدة في
لمعرفة واختبار تجريبي تأثير الابتكار المنتج ، وتعزيز النشرة (٤) CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus
CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus المصورة ومعرفة المنتج تؤثر على الاهتمام بالشراء في
Delicia Kudus.

تستخدم هذه الدراسة نهج البحث الميداني مع طريقة الاستبيان التي يتم توزيعها
من قبل ٩٠ CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus مباشرة على المستهلكين
المستجيبين. تستخدم تقنية أخذ العينات عينات مشبعة. تشبع العينات باستخدام تقدير العدد
الإجمالي للعينات لأن الكمية التي تم دراستها من السكان أقل من ١٠٠ شخص. تستخدم تقنية
تحليل البيانات تحليل الانحدار

نتائج هذه الدراسة هي: (١) الابتكار المنتج له تأثير على الاهتمام بالشراء من
> t في المقدسة ، وثبت أن نتائج قيمة عدد CV.Mubarok Food Cipta Delicia Kudus
للجدول ٢,٠٠١ مع > t الجدول ر. ويمكن ملاحظة ذلك من حيث قيمة الجدول ١٣,٩٦١
مستوى دلالة أقل من ٥٪ ، (٢) النشرات الترويجية لها تأثير على شراء الاهتمام بالسيارة
هو المقدسة ، ثبت أن نتائج قيمة ر العدد < CV.Mubarok Food Cipta Delicia الذاتية
مع مستوى أهمية أقل من 2,001 t تُعد < ٢٧٤,٢ جدول t الجدول. هذا يدل على أن قيمة
CV.Mubarok Food Cipta Delicia ٥٪ ، (٣) المعرفة بالمنتج لها تأثير على شراء الفائدة في السيارة الذاتية
t هو المقدسة ، ثبت أن نتائج قيمة ر العدد < الجدول. ويمكن ملاحظة أن قيمة
Cipta Delicia تُعد < ٢,٧٨٩ ر الجدول ٢,٠٠١ مع مستوى دلالة أقل من ٥٪.

الكلمات الرئيسية: ابتكار المنتجات ، ترويج الكتالوج ، المعرفة بالمنتجات ، شراء الفائدة