

ABSTRAK

Nama: Deni Fiatna Wardani, NIM: 1620310138, Judul: Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Roti Rohmah Kudus

Tujuan penelitian dari ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Roti Rohmah Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli di Roti Rohmah dan sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Sampling Insidental*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, dan uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi produk, citra merek, dan harga secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Inovasi produk, citra merek, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Koefisien regresi inovasi produk (X1), citra merek (X2), dan harga (X3) didapatkan nilai *coefficient* sebesar (0,242, 0,288, 0,692) Hal tersebut berarti bahwa apabila inovasi produk (X1) mengalami peningkatan, maka minat beli konsumen juga mengalami peningkatan dengan nilai konstan sebesar 1,816. Dari hasil uji t_{hitung} dan signifikansi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel inovasi produk, citra merek dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal tersebut terbukti karena nilai t_{hitung} (2.288, 2.031, dan 6.280) $>$ t_{tabel} (1.66140) serta nilai signifikan (0,024, 0,045, dan 0,000) $<$ 0,05. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, citra merek, dan harga terhadap minat beli konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Roti Rohmah. Hal tersebut karena nilai $F_{hitung} >$ F_{hitung} (79,566 $>$ 2,14) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. uji koefisien determinasi, didapatkan nilai *R Square* sebesar 0,720, yang berarti bahwa variabel inovasi produk (X1), citra merek (X2), dan harga (X3) mampu memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 72,0% dan sisanya 28,0% dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar variabel penelitian.

Kata Kunci: Inovasi produk, citra merek, harga dan minat beli konsumen