

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada Al-Ahyar Rebana Jepara)**

Oleh:

Muhammad Hayat Subro

ABSTRAK

Intensitas kompetisi di pasar dapat mendorong pengrajin alat tradisional rebana untuk mengupayakan inovasi produk yang tinggi guna menarik konsumen untuk membeli. Inovasi produk mempengaruhi pilihan strategi keunggulan bersaing sebuah pengrajin alat tradisional rebana sehingga produk pengrajin alat tradisional rebana menjadi lebih baik dari segi kualitas, kuantitas dan nama mereknya yang akan membawa pengrajin alat tradisional rebana kepada keputusan pembelian dan keunggulan bersaing dimana merupakan nilai yang mampu diciptakan oleh pengrajin untuk konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah: *Pertama*, Untuk mengetahui secara parsial pengaruh inovasi produk terhadap Keputusan Pembelian pada Al-Ahyar Rebana Jepara. *Kedua*, Untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian pada Al-Ahyar Rebana Jepara. *Ketiga*, Untuk mengetahui pengaruh secara simultan inovasi produk dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian pada Al-Ahyar Rebana Jepara.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *field research*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 80 konsumen Al-Ahyar Rebana Jepara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi berganda dengan bantuan program olah data SPSS versi 23 *for windows*.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, terdapat pengaruh positif yang signifikan Inovasi Produk terhadap Keputusan pembelian di Al-Ahyar Rebana Jepara dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,169 > 1,985). Kedua, Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian di Al-Ahyar Rebana Jepara dengan nilai $t_{hitung} > t_{table}$ (6,746 > 1,985). Ketiga, Terdapat pengaruh positif Inovasi produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian di Al-Ahyar Rebana Jepara dengan nilai $f_{hitung} > f_{table}$ (27,472 > 1,115). Secara koefisien determinasi menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 40,1%. Sisanya 59,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Inovasi produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian