

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Toko Lapak Xiaomi Kupang. Persoalan Penelitian : 1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Xiaomi Di Toko Lapak Xiaomi Kupang? 2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Xiaomi Di Toko Lapak Xiaomi Kupang? Tujuan penelitian yaitu : Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Toko Lapak Xiaomi Kupang dan Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Toko Lapak Xiaomi Kupang. Metode penelitian dalam penelitian ini yakni populasi dan sampel pada pelanggan/pembeli ditoko Lapak Xiaomi Kupang, Sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sedangkan teknik analisis data menggunakan Analisis regresi linear berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan (uji F), dan Koefisien Determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil analisis pendahuluan : Inovasi Produk jumlah dari seluruh indeks yaitu 209,4 dan nilai rata-rata indeks untuk variable inovasi produk yaitu sebesar 69,8 yang berada dalam kategori sedang, artinya latar belakang pendidikan perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi. Citra merek jumlah dari seluruh indeks yaitu 317,6 dan nilai rata-rata indeks untuk variable citra merek yaitu sebesar 79,4 yang berada dalam kategori tinggi, artinya citra merek perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi. Keputusan pembelian berdasarkan jawaban responden di atas dari jumlah seluruh indeks yang diperoleh yaitu sebesar 332,9, maka nilai rata-rata indeks untuk variable keputusan pembelian yaitu sebesar 83,225 yang berada dalam kategori tinggi, artinya etos kerja perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi.

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda : $Y = 8,643 + 0,392 X_1 + 0,493 X_2 + e$. diketahui bahwa nilai konstanta a sebesar 8,643, sedangkan koefisien b^1 adalah 0,392 dan b^2 adalah 0,493. Dengan demikian dari persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat dijelaskan bahwa nilai konstan 8,643 artinya jika nilai inovasi produk (X_1) dan citra merek (X_2) sama dengan nol, keputusan

pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 8.643. sedangkan koefisien regresi (b1) sebesar 0,392 artinya jika inovasi produk (X1) mengalami kenaikan sebesar 1 unit , maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,392. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara inovasi produk (X1) dengan keputusan pembelian (Y). dan koefisien regresi (b2) sebesar 0,493 artinya jika citra merek (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 unit, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,493. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara citra merek (X2) dengan keputusan pembelian (Y).

Implikasi Terapan: Berdasarkan kesimpulan dari hasil yang diperoleh, maka hal-hal yang perlu dipertimbangkan dan menjadi saran peneliti adalah sebagai berikut : 1. Bagi produsen handphone Xiaomi agar mempertahankan inovasi produk yang ada khususnya pada indikator peluasan lini karena berdasarkan hasil penelitian indikator peluasan lini memiliki nilai indeks yang paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya agar semakin banyak konsumen yang akan membeli produk handphone xiaomi, begitu juga dengan citra merek, karena berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa inovasi produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan tentang inovasi produk karena ada salah satu indikator inovasi produk yang nilainya sedang.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kkeputusan pembelian handphone xiaomi Ditoko Lapak Xiaomi Kupang, Secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi Ditoko Lapak Xiaomi Kupang, Dan secara simultan inovasi produk dan citra merek berpengaruh secara Bersama-sama terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi Ditoko Lapak Xiaomi Kupang.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian