

ABSTRAK

Asa Asita, 2024. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Makanan Di Kelurahan Lamasi*”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muzayyanah Jabani, ST., M.M.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Makanan Di Kelurahan Lamasi. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada UMKM makanan di kelurahan lamasi dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), dan inovasi produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada UMKM makanan di kelurahan lamasi.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Makanan di kelurahan Lamasi. Populasinya terdiri dari 2.993 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* dan penentuan jumlah sampel dilakukan dengan teknik rumus slovin. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden. Data diperoleh melalui observasi, kuesioner dan dokumentasi. Selanjutnya data penelitian ini diolah dengan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien detreminasi.

Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen, variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan Inovasi Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen. Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Inovasi Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen. Adapun kemampuan Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Inovasi Produk (X3) dalam menjelaskan perubahan pada Keputusan Pembelian (Y) Konsumen yaitu sebesar 70,7% dan sisanya sebesar 29,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata Kunci: Harga, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk.