

ABSTRAK

Sayidiana Latifah, NIM. 3402180268. “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Uchi Parfum Kota Banjar)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Oyon Saryono, M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Uchi Parfum Kota Banjar).

Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen pada Uchi Parfum Kota Banjar? ; 2). Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Uchi Parfum Kota Banjar? ; 3). Bagaimana pengaruh strategi pemasaran dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Uchi Parfum Kota Banjar? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1). Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen pada Uchi Parfum Kota Banjar; 2). Pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Uchi Parfum Kota Banjar; 3). Pengaruh strategi pemasaran dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Uchi Parfum Kota Banjar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linear Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Uchi Parfum Kota Banjar dengan besarnya pengaruh 49,98% dan sisanya 50,02% dipengaruhi faktor lain. Diharapkan Uchi Parfum Kota Banjar mempertahankan dan memperhatikan strategi pemasaran dan inovasi produk sehingga akan meningkatkan minat beli konsumennya.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Inovasi Produk dan Minat Beli Konsumen