

ABSTRAK

Dila Lestari, 3402200352. “Pengaruh *Brand Equity* dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Basreng Salaut PT Maha Karya Sudarna)”. Di Bawah Bimbingan Dr. H. Yusup Iskandar, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Risna Kartika, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *brand equity* dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna).

Permasalahan dalam penelitian ini meliputi: 1] Bagaimana pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna?; 2] Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna?; 3] Bagaimana pengaruh *brand equity* dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna?; Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1] Pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna; 2] Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna; 3] Pengaruh *brand equity* dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna dengan jumlah 8.500 konsumen dan sampelnya adalah sebanyak 99 orang konsumen. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, Uji t dan Uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1] *Brand equity* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya. 2] Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya. 3] *Brand equity* dan inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya.

Diharapkan PT Maha Karya Sudarna lebih memperhatikan faktor *brand equity* dan inovasi produk agar keputusan pembelian produk basreng salaut PT Maha Karya Sudarna semakin meningkat dan sesuai yang diharapkan perusahaan.

Kata Kunci: *Brand Equity*, Inovasi Produk dan Keputusan Pembelian