

ABSTRAK

DHEA SURYANINGSIH (2025), NIM 3402210093. **“Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (suatu study pada Im You Cafe)”**. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Program Sarjana Universitas Galuh Ciamis, dibawah bimbingan Bapak Mochammad Aziz Basari, S.E., M.M dan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M

Im You Cafe mengalami fluktuasi penjualan, dimana terdapat beberapa bulan penjualan tidak mencapai target penjualan seperti yang diharapkan, meskipun Inovasi Produk dapat dikatakan cukup rutin yaitu selama kurang lebih 4 bulan sekali mengeluarkan produk baru, dan juga rutin melakukan promosi dengan mengupload story instagram mengenai menu terbarunya dan apabila terdapat promo seperti bundling ataupun diskon. Fenomena ini mengindikasikan bahwa Inovasi Produk dan Promosi yang dilakukan selama ini masih belum Efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Study pada Im You Cafe). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe; 2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe ;3. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe; Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe; 2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe; 3. Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan Verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis yang diperoleh digunakan analisis regresi sederhana dan berganda, analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis menggunakan uji signifikansi (uji t dan uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: (1) Inovasi Produk di Im You Cafe berada pada kategori yang baik dan hasil dari uji hipotesis antara Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe; (2) Promosi di Im You Cafe berada pada kategori yang baik dan hasil dari uji hipotesis antara Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe; (3) Inovasi Produk dan Promosi di Im You Cafe berada pada kategori yang baik dan hasil dari uji hipotesis antara Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Im You Cafe. Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan agar Im You Cafe dapat melakukan Inovasi Produk yang sesuai dengan selera konsumen dan melakukan pemilihan strategi Promosi yang tepat dan juga dapat promosi secara konsisten untuk menarik perhatian Konsumen agar melakukan Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Inovasi Pproduk, Promosi dan Keputusan Pembelian