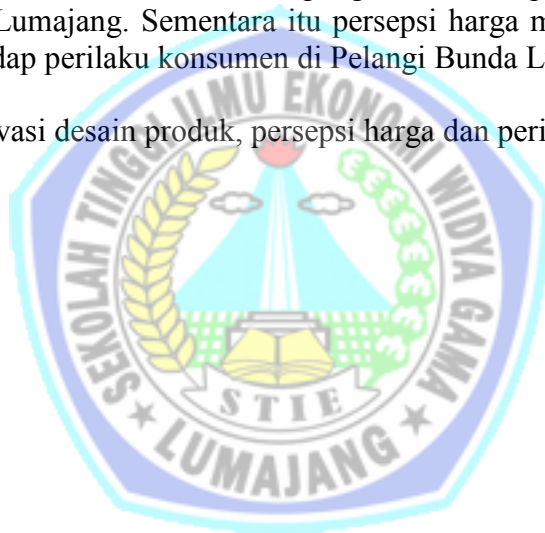


## ABSTRAK

Perilaku konsumen berarti bagaimana individu membuat keputusan untuk menghabiskan sumber daya yang tersedia seperti waktu, uang, usaha untuk konsumsi produk dan layanan yang berbeda. Perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting guna menyusun strategi pemasaran dan operasional cara penjualan. Perilaku konsumen dalam penelitian dapat dipengaruhi oleh dua faktor yakni inovasi desain produk dan persepsi harga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi desain produk dan persepsi harga terhadap perilaku konsumen pada Pelangi Bunda Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian jenis kuantitatif dengan populasi sebanyak 3.768 pelanggan dan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin sehingga mendapatkan sampel sebanyak 97 sampel pelanggan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa inovasi desain produk tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen di Pelangi Bunda Lumajang. Sementara itu persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen di Pelangi Bunda Lumajang.

Kata Kunci: inovasi desain produk, persepsi harga dan perilaku konsumen



## ABSTRACT

*Consumer behavior means how individuals make decisions to spend available resources such as time, money, effort to consume different products and services. Consumer behavior is very important to develop marketing strategies and operational methods of selling. Consumer behavior in research can be influenced by two factors, namely product design innovation and price perception. The purpose of this study was to determine the effect of product design innovation and price perception on consumer behavior at Pelangi Bunda Lumajang. This research is a quantitative type of research with a population of 3,768 customers and the sampling technique using the Slovin formula so as to get a sample of 97 samples of customers. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. The results show that product design innovation has no influence on consumer behavior at Pelangi Bunda Lumajang. Meanwhile, price perception has a significant influence on consumer behavior at Pelangi Bunda Lumajang.*

*Keywords: product design innovation, price perception and consumer behavior*

