

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KRIPIK PISANG CV. SEMERU
KREATIF LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen



Elvira Oktaviandari Ariyanti

NIM. 214121630

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KRIPIK PISANG CV SEMERU
KREATIF LUMAJANG**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kripik pisang pada CV. Semeru Kreatif Lumajang. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh inovasi produk dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kripik pisang di CV. Semeru Kreatif Lumajang. Metode dalam penelitian ini adalah metode statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel inovasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kripik pisang, variabel motivasi konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian kripik pisang. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh inovasi produk dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kripik pisang dengan koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,235, yang menunjukkan bahwa 23,5% keputusan pembelian kripik pisang dapat dijelaskan oleh variabel inovasi produk dan variabel motivasi konsumen sedangkan sisanya 76,5% keputusan pembelian kripik pisang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci :Inovasi Produk, Motivasi Konsumen,Keputusan Pembelian

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KRIPIK PISANG CV SEMERU
KREATIF LUMAJANG**

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of product innovation and consumer motivation on purchasing decisions banana chips on the CV. Semeru Kreatif Lumajang. This study tested the hypothesis that there is influence of product innovation and consumer motivation to purchase decision of banana chips in CV. Semeru Kreatif Lumajang. The method in this research is multiple linear regression statistic method. The results showed that for the variable of innovation did not influence to decision of purchase of banana chips, variable of consumer motivation have positive influence to decision of purchasing banana chips. While simultaneously there is influence of product innovation and consumer's motivation to decision of purchasing banana chips with coefficient of determination (R^2) obtained equal to 0,235, showing that 23,5% banana chip banana decision can be explained by product innovation variable and consumer motivation variable while the rest 76, 5% purchase decision of banana cicadas is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Product Innovation, Consumer Motivation, Purchase Decision