

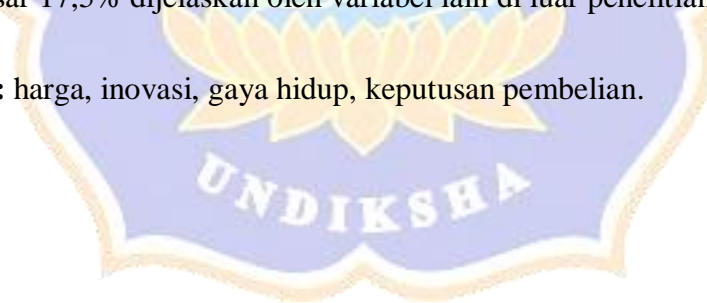
**PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK SERTA GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN ENDEK DI PASAR
SEMARAPURA**

Oleh
Ida Ayu Devi Atnawati, NIM 1617041123
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan inovasi produk serta gaya hidup terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Adapun subjek penelitian ini adalah konsumen yang membeli kain endek di Pasar Semarang dan objek penelitian ini adalah harga, inovasi produk, gaya hidup dan keputusan pembelian. Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* sebanyak 95 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan harga dan inovasi produk serta gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial harga dan gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan inovasi produk berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kontribusi dari harga dan inovasi produk serta gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 82,5%, sisanya sebesar 17,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : harga, inovasi, gaya hidup, keputusan pembelian.



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of price and product innovation and lifestyle on purchasing decisions either partially or simultaneously. The research design used in this research is causal quantitative. The subjects of this study are consumers who buy endek fabrics at Semarapura Market and the objects of this research are price, product innovation, lifestyle and purchasing decisions. Sampling using accidental sampling method of 95 respondents. The data collection technique in this research is using a questionnaire. Furthermore, the data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that simultaneously price and product innovation and lifestyle had a positive and significant effect on purchasing decisions. Whereas partially, price and lifestyle have a significant positive effect on purchasing decisions and product innovation has a significant negative effect on purchasing decisions. This study also shows that the contribution of price and product innovation and lifestyle to purchasing decisions is 82.5%, the remaining 17.5% is explained by other variables outside of this study.

Keywords: price, product innovation, lifestyle, purchasing decisions.

