

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, harga dan testimoni konsumen terhadap minat beli

Populasi dalam penelitian ini adalah tidak diketahui karena tidak ada data yang pasti atau valid. Penentuan sampel menggunakan rumus Lameshow dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 25.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial untuk variabel Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli karena nilai uji t dengan nilai t hitung sebesar $3.586 > t$ tabel 1,661. Secara parsial untuk variabel harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan karena hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar $0.404 > t$ tabel 1,661. Secara parsial untuk variabel Testimoni Konsumen (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli karena mempunyai hasil sebesar $4,371 > t$ tabel 1,661. Secara simultan untuk variabel Inovai Produk (X_1), Harga (X_2), Testimoni Konsumen(X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli karena mempunyai nilai F_{hitung} sebesar $17.1784 \geq 2,705 F_{tabel}$.

Kata kunci : *Inovasi produk, Harga, Testimoni konsumen, Minat beli*

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of product innovation, price and consumer testimonials on buying interest

The population in this study is unknown because there is no definitive or valid data. Determination of samples using the Lameshow formula with a total sample of 96 people. Data analysis was performed using multiple linear regression analysis. Data processing using SPSS 25.0 applications

The results of this study show that partially for the variable Product innovation has a positive and significant effect on buying interest because the value of the t test with a calculated t value of $3,586 > t$ table 1.661. Partially, the price variable has a positive but not significant effect because the results of the t test with a calculated t value of $0.404 > t$ table 1.661. Partially, the Consumer Testimonials (X_3) variable has a positive and significant effect on buying interest because it has a result of $4,371 > t$ table 1,661. Simultaneously for the variables Product Innovation (X_1), Price (X_2), Consumer Testimonials (X_3) have a positive and significant effect on buying interest because it has a F_{hitung} value of $17.1784 \geq 2.705 F_{table}$.

Keywords: Product innovation, Price, consumer testimonials, Buying interest