

ABSTRAK

Fatayatus Suhro 2024. ***PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA BUKET ROSA FLORIST DI KOTA SUMENEP.*** Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen. Universitas Wiraraja Madura.

Pembimbing: Ahmad Ghufrony, SE.,MM

Perkembangan usaha jasa saat ini mengalami perubahan yang sangat variatif dan inovatif. Banyak para pelaku usaha yang memanfaatkan keahlian dan kemampuan yang dimilikinya dengan cara mengembangkan usaha yang dijalankannya. Usaha buket bunga menjadi salah satu usaha yang sedang trend di kalangan anak muda. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada usaha Buket Rosa Florist di kota Sumenep.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel inovasi produk, harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa Florist di Kota Sumenep.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Harga, Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

*Fatayatus Suhro 2024. **THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, PRICING AND CONSUMER CONFIDENCE ON PURCHASING DECISIONS IN THE ROSA FLORIST BOUQUET BUSINESS IN SUMENEP CITY.** Thesis. Faculty of Economics and Business, Management Study Program. Wiraraja Madura University.*

Mentor: Ahmad Ghufrony, SE., MM

The development of service businesses is currently experiencing very varied, and innovative changes. Many business actors are taking advantage of the skills and abilities they have by developing the businesses they run. The flower bouquet business is one of the businesses that is currently trending among young people. The aim of this research is to determine the influence of product innovation, price and consumer trust on purchasing decisions at the Rosa Florist Bouquet business in the city of Sumenep.

The type of research used is quantitative research with a sample size of 80 respondents. The sampling technique used was purposive sampling technique. The data collection method is carried out by distributing questionnaires. The data analysis techniques used are validity, reliability, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests and coefficient of determination tests.

The results of this research show that partially and simultaneously there is a significant influence between the variables of product innovation, price and consumer confidence on purchasing decisions at the Rosa Florist bouquet business in Sumenep City.

Keywords: *Product Innovation, Price, Consumer Confidence and Purchasing Decisions.*