

ABSTRAK

Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Sepatu Bata

Salsabila Kunti Januar¹⁾, Fendi Saputra, SE., M.M²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah inovasi produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap minat beli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Karena populasi dalam penelitian tidak diketahui jumlah pastinya dan menggunakan Teknik *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel dengan jumlah sebesar 180 responden yang merupakan konsumen Sepatu Bata. Analisis data pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 26 dengan pengujian regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk, harga dan minat beli berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Harga, Minat Beli, Sepatu Bata