

ABSTRAK

Akmal Fajar (1209240015): “Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli konsumen PT HM Sampoerna TBK (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020).”

Dengan tingginya tingkat minat konsumsi rokok di Indonesia, membuat banyak perusahaan rokok asal dalam negeri maupun luar negeri berbondong-bondong untuk memproduksi rokok guna memenuhi permintaan konsumen. Diperkuat dengan data dari Direktorat Jenderal Bea Cukai Kementerian Keuangan, produksi rokok pada bulan Juli 2023 mencapai 27,79 miliar batang, jumlah tersebut melesat 14,22% dibandingkan bulan sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif yang pengambilan sampelnya menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden yang merupakan konsumen produk sampoerna. Teknis analisis data yang digunakan yaitu analisis data deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji korelasi parsial dan berganda, uji hipotesis secara parsial (Uji t), secara simultan (Uji F), dan koefisien determinasi.

Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda $Y = 24.024 + (0.163 X_1) + (0.200 X_2) + e$. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai signifikansi untuk variabel Inovasi Produk (X_1) adalah 0,163. Sedangkan nilai t_{hitung} adalah sebesar $2,704 > 1,662$ (t_{tabel}) dan nilai signifikansi $0,008 < 0,050$. Kualitas Produk (X_2) adalah 0,200. Sedangkan nilai t_{hitung} adalah sebesar $3,445 > 1,662$ (t_{tabel}) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,050$. Secara simultan Inovasi dan Kualitas Produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli nilai F_{hitung} 21.186 lebih besar dari 3,101 (F_{tabel}) dan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Besarnya hubungan variasi variabel independent dalam menjelaskan variabel dependennya berdasarkan nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 31,2% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Minat Beli