

## ABSTRAK

Dria Nugraha Sugianto, 0703744, **Pengaruh Inovasi Produk dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian konsumen** (Survei terhadap konsumen keripik Maicih Inti Sinergi di Kota Bandung), dibawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo., S. Sos., S.Pd., MM. dan Lisnawati, S.Pd, MM.

Di masa perkembangan industri yang semakin kompleks, industri makanan dan minuman mampu dapat bertahan dalam kondisi apapun termasuk pada saat krisis perekonomian. Pertumbuhan industri makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun. Setiap tahun selalu ada ribuan merek makanan dan minuman baru memasuki pasar. Dengan munculnya ribuan merek makanan dan minuman di pasaran setiap produsen harus berusaha agar keputusan pembelian konsumen jatuh pada produk yang di produksinya. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan senantiasa melakukan inovasi terhadap produk.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen keripik singkong PT Maicih Inti Sinergi, Untuk mengetahui produk dan sistem distribusi hasil inovasi yang dilakukan oleh PT Maicih Inti Sinergi, serta Untuk Mengetahui gambaran Keputusan Pembelian Konsumen PT Maicih Inti Sinergi.

Objek yang diteliti adalah Konsumen Keripik Maicih di Kota Bandung. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk ( $X_1$ ) dan Distribusi ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik simple random sampling dengan jumlah sampel 71 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Regresi Linear Berganda* dengan alat bantu *software* komputer SPSS 20.0.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa inovasi produk dan distribusi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Inovasi yang paling berperan dalam keputusan pembelian adalah inovasi dalam kualitas kerenyahan keripik. Faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan konsumen adalah distribusi produk di supermarket, swalayan, dan toko yang memudahkan konsumen untuk membeli produk Maicih.

**Kata kunci:** *Inovasi Produk, Distribusi, keputusan pembelian*

### **ABSTRACT**

Dria Nugraha Sugianto, 0703744, *Product Innovation and Distribution Influence on Consumer Purchase Decision (Survey of consumer chips Maicih Inti Sinergi in Bandung), under the guidance of Dr. Lili Adi Wibowo., S. Sos., S.Pd., MM. and Lisnawati, S.Pd, MM.*

*In this era, where development of industry are getting complex, the food and beverage industry is able to survive under any circumstances, including in the economy crisis. The growth of the food and beverage industry ppositively growth from year to year. Every year there are thousands of new food and beverage brands entering the market. With these conditions food and beverage producer should try to make the consumer buying their product. One of the things that can be done is by constantly innovating the product.*

*The purpose of this study was to determine how much the product innovation and distribution influence to the consumer purchasing decision of cassava chips made by PT Maicih Inti Sinergi. This study also means to determine the distribution of the product and system innovation made by PT Maicih Inti Sinergi, and also to determine the Buying Decision of Keripik Maicih.*

*The object on this study is Consumer Chips Maicih in Bandung. The independent variable in this study is the Product Innovation (X1) and Distribution (X2). While the dependent variable is purchase decision (Y). This is descriptive verification research , and the method used is explanatory survey with simple random sampling technique with a sample of 71 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression with SPSS 20.0*

*Based on the study can be concluded that product innovation and distribution jointly affect the purchasing decision. The Greatest factor in Innovation that affect the purchase decision is the innovation in quality crispy chips. Other factors that also affect consumer decisions is the distribution of products in the supermarket and other stores that so that Maicih consumers easily can buy the product.*

*Keyword : Product Innovation, Distribution, Purchase Decision.*