

LEMBAR PENGESAHAN

**“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM BILULUHE
DI DESA HUTADAA”**

**SKRIPSI
OLEH
RONAL ALI
NIM. 931417042**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/Tanggal : Senin, 21 Juni 2021

Waktu : 13.00 WITA

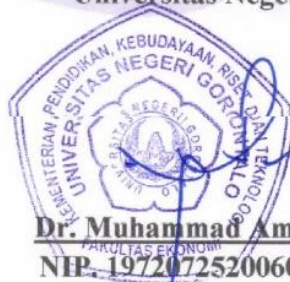
Penguji:

1. **Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si** 1.
NIP. 198307162009121006
2. **Agus Hakri Bokingo, S.Pd., M.Si** 2.
NIP. 198608172015041002
3. **Irwan Yantu, S.Pd., M.Si** 3.
NIP. 197310202003121001
4. **Yulinda L. Ismail, M.Si** 4.
NIP. 197607042005012002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Gorontalo



Dr. Muhammad Amir Arham, M.E.
NIP. 197207252006041002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM BILULUHE
DI DESA HUTADAA”**

SKRIPSI

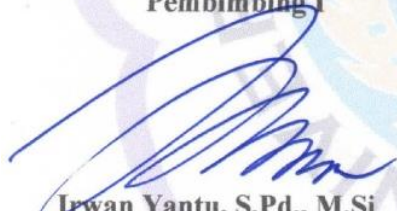
OLEH

RONAL ALI

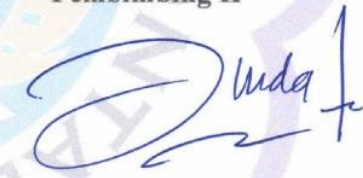
NIM: 931417042

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I


Irwan Yantu, S.Pd., M.Si
NIP. 197310202003121001

Pembimbing II


Yulinda L. Ismail, M.Si
NIP. 197607042005012002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si
NIP. 198307162009121006

ABSTRAK

Ronal Ali, 2021. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Biluluhe Di Desa Hutadaa”. Program Studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I: Irwan Yantu, S.Pd., M.Si, Pembimbing II: Yulinda L. Ismail, M.Si. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah 1) apakah inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk biluluhe, 2) apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk biluluhe, 3) apakah inovasi produk dan promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk biluluhe. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kabupaten Gorontalo dan kota Gorontalo. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 reponden dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling* dan *accidental sampling*. Instrument penelitian yang digunakan adalah angket dengan skala likert yang memiliki 5 alternatif jawaban. Untuk teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Inovasi produk dan promosi secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk biluluhe Hutadaa, 2) Inovasi produk tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk biluluhe Hutadaa, 3) Promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM biluluhe Hutadaa.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Promosi, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Ronal Ali, 2021. *“The Effect of Product Innovation and Promotion on Consumer Purchase Interest in Biluluhe MSMEs in Hutadaa Village”*. Bachelor’s Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The Principal Supervisor is Irwan Yantu, S.Pd., M.Si., and the Co-supervisor is Yulinda L. Ismail, M.Si. This research aims to know: 1) whether or not product innovation has an effect on purchase interest in Biluluhe products, 2) whether or not promotions has an effect on purchase interest in Biluluhe products, and 3) whether or not product innovation and promotions have an effect on purchase interest in Biluluhe products. This research applies quantitative method and the population is the consumers in Gorontalo District and Gorontalo City. There are 96 respondents taken by using convenience sampling and accidental sampling techniques. The research instrument used is a questionnaire with a Likert scale which has 5 alternative answers. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis by using the SPSS 20 application. The findings show that: 1) product innovation and promotion simultaneously have a positive and significant effect on consumer purchase interest in Biluluhe products in Hutadaa, 2) product innovation has no positive and significant effect on consumer purchase interest in Biluluhe products in Hutadaa, and 3) promotion has a positive and significant effect on consumer purchase interest in Biluluhe MSME products in Hutadaa.

Keywords: *Product Innovation, Promotion, Consumer Purchase Interest*

