

ABSTRAK

ANALISIS INOVASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT KONSUMEN (Studi Kasus Pada Rokok Boy)

Ismia Oktavira

Email : oktavira0110@gmail.com

Fakultas Ekonomu Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing :

Desi Kristanti S.E, M.M

Krissantina Efferyn S.E, M.Ak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari analisis inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap minat konsumen (studi kasus rokok boy). Rokok adalah suatu Olahan tembakau dan bahan campuran lainnya yang digulung menggunakan kertas khusus rokok. Rokok juga dapat menyebabkan seseorang mengalami kecanduan karena adanya bePrbagai bahan yang terdapat di dalamnya. Variabel dalam penelitian ini adalah inovasi produk (x1), strategi pemasaran (x2) dan minat beli konsumen (y). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan data diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 responden perokok merek Boy di area Kabupaten Trenggalek. Adapun penulis juga mendapatkan data sekunder yang didapat melalui jurnal dan data dari pabrik Rokok Boy. Dalam kuesioner menggunakan skala Likert sebagai bahan acuan dengan skor 1-5. Masing-masing variabel inovasi produk (x1) dengan 3 indikator, strategi pemasaran (x2) 4 indikator dan minat beli konsumen (y) 4 indikator. Alat uji yang digunakan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Uji yang digunakan antara lain uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Ketiga uji tersebut menyatakan data valid sehingga data layak untuk diteliti lebih lanjut. Uji hipotesis dilakukan memperoleh hasil analisis inovasi produk memiliki dampak positif terhadap minat beli konsumen sedangkan strategi pemasaran memiliki dampak negatif bagi minat beli konsumen.

Kata Kunci : inovasi, strategi, pemasaran, minat, konsumen

ABSTRACT

PRODUCT INNOVATION ANALYSIS AND MARKETING STRATEGY CONSUMER INTEREST (Cigarette Boy Case Study)

Ismia Oktavira

Email : oktavira0110@gmail.com

Faculty of Economics, Kadiri University

Supervisor :

Desi Kristanti SE, MM

Krissantina Eferyn SE, M. Ak

This study aims to determine the impact of product innovation analysis and marketing strategy on consumer interest (case study of cigarette boy). Cigarettes are processed tobacco and other mixed materials that are rolled up using special cigarette paper. Cigarettes can also cause a person to experience addiction because of the various ingredients contained in it. The variables in this study are product innovation (x1), marketing strategy (x2) and consumer buying interest (y). This type of research is quantitative research. The data collection technique was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who smoked the Boy brand in the Trenggalek Regency area. The authors also obtained secondary data obtained through journals and data from the Boy Cigarette factory. The questionnaire uses a Likert scale as a reference material with a score of 1-5. Each product innovation variable (x1) with 3 indicators, marketing strategy (x2) 4 indicators and consumer buying interest (y) 4 indicators. The test equipment used is the SPSS application. The tests used include validity, reliability and classical assumption tests. The three tests stated that the data was valid so that the data deserved further research. Hypothesis testing was carried out to obtain the results of product innovation analysis having a positive impact on consumer buying interest while marketing strategies had a negative impact on consumer buying interest.

Keywords: innovation, strategy, marketing, interest, consumer