

ABSTRAK

Warung Nasi Kameumeut merupakan rumah makan khas Sunda yang terletak di jalan Legoso Raya Ciputat Timur Tangerang Selatan Banten yang dirintis mulai tahun 2006, rumah makan ini juga menyediakan layanan catering untuk berbagai acara seperti khitanan, pernikahan, syukuran, dan berbagai acara lainnya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat permasalahan yang hadir dalam usaha rumah makan ini yang dimana berkurangnya minat beli konsumen akhir-akhir ini sehingga menyebabkan penurunan minat transaksional. Permasalahan tersebut diduga karena menu yang monoton atau itu-itu saja dan banyaknya pesaing yang mana memiliki banyak varian hidangan yang disajikan oleh warung nasi lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang diberikan variabel Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Nasi Kameumeut Khas Sunda. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan angket serta data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan, jurnal dan internet.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara inovasi produk terhadap minat beli konsumen sebesar 77,5% sedangkan sisanya 22,5% merupakan kontribusi yang diberikan faktor lain. Adanya hambatan – hambatan dalam inovasi produk pada Warung Nasi Kameumeut yaitu pada kualitas (ketahanan produk), gaya dan desain produk yang kurang menarik yang disebabkan oleh kurangnya varian produk sehingga tidak bisa memenuhi minat preferensial konsumen.

Saran – saran yang dapat peneliti kemukakan untuk Warung Nasi Kameumeut Khas Sunda antara lain selalu menjaga dan meningkatkan kualitas produk terutama dalam hal ketahanan produk, melakukan uji coba *prototype* kepada pelanggan sebelum memasarkan produk dan terus melakukan pengembangan atau pembaharuan pada produknya agar sesuai dengan selera konsumen.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Warung Nasi Kameumeut is a typical Sundanese restaurant located on Jalan Legoso Raya Ciputat Timur Tangerang Selatan Banten which was pioneered starting in 2006, this restaurant also provides catering services for various events such as circumcisions, weddings, thanksgiving, and various other events. Based on the results of the research, it is known that there are problems that are present in this restaurant business where there is a decrease in consumer buying interest lately, causing a decrease in transactional interest. These problems are thought to be due to the monotonous or same menu and the number of competitors which have many variants of dishes served by other rice stalls.

The purpose of this study was to determine the effect that the Product Innovation variable has on Consumer Purchase Interest in the Sundanese Kameumeut Rice Shop. This type of research is quantitative research with a descriptive approach, using primary data obtained through interviews, observations and questionnaires and secondary data obtained from literature studies, journals and the internet.

Based on the results of the study, it shows that there is a strong influence between product innovation on consumer buying interest of 77,5% while the remaining 22,5% is the contribution made by other factors. There are obstacles in product innovation at Warung Nasi Kameumeut, namely in quality (product durability), style and design of products that are less attractive due to the lack of product variants so that they cannot meet consumer preferential interests.

Suggestions that researchers can put forward for Warung Nasi Kameumeut Khas Sunda include always maintaining and improving product quality, especially in terms of product durability, conducting prototype trials to customers before marketing products and continuing to develop or update their products to suit consumer tastes.

Keywords: Product Innovation, Consumer Purchase Interest

ABSTRAK

Warung Nasi Kameumeut nyaéta réstoran has Sunda anu aya di Jalan Legoso Raya Ciputat Timur, Tangerang Selatan, Banten anu dimimitian taun 2006. Réstoran ieu ogé nyadiakeun layanan catering pikeun sagala rupa acara saperti khitanan, kawinan, syukuran jeung sagala rupa acara séjénna. Dumasar kana hasil panalungtikan, kanyahoan aya masalah anu aya dina usaha réstoran ieu, nya éta turunna minat beuli konsumen anyar-anyar ieu, ngabalukarkeun turunna minat transaksional. Masalah ieu dikira-kira alatan ménu anu monoton atawa ngan sarua jeung lobana saingan anu loba varian masakan anu disajikeun ku warung nasi séjénna.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh variabel Inovasi Produk kana Minat Meuli Konsumen di Warung Nasi Kameumeut Khas Sunda. Ieu jenis panalungtikan nya éta panalungtikan kuantitatif kalawan pendekatan déskriptif, ngagunakeun data primér anu dimeunangkeun ngaliwatan wawancara, observasi jeung angkét sarta data sekunder anu dimeunangkeun tina studi pustaka, jurnal jeung internét.

Dumasar kana hasil panalungtikan, nuduhkeun yén aya pangaruh anu kuat antara inovasi produk kana minat meuli konsumen, jumlahna 77,5%, sedengkeun sésana 22,5% disumbangkeun ku faktor séjén. Aya kendala dina inovasi produk di Warung Nasi Kameumeut, nyaéta kualitas (daya tahan produk), gaya produk anu henteu pikaresepeun sareng desain anu disababkeun ku kurangna varian produk sahingga henteu tiasa nyumponan kapentingan preferensi konsumen.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik pikeun Warung Nasi Kameumeut Khas Sunda diantarana salawasna ngajaga jeung ngaronjatkeun kualitas produk hususna dina hal daya tahan produk, ngalaksanakeun uji coba prototipe jeung konsumén saméméh pamasaran produk sarta nuluykeun ngembangkeun atawa update produk luyu jeung selera konsumen.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Minat Beuli Konsumén