

ABSTRAK

Basreng Mank Engkos merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner dan telah berdiri sejak tahun 2014 hingga saat ini. Perusahaan ini terletak di Kp. Ciburial Rt 003/ Rw 008, Kel. Margajaya, Kec. Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, 40552. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat permasalahan sehubungan dengan Minat Beli Konsumen yang disebabkan belum maksimalnya Inovasi Produk yang dilakukan oleh Basreng Mank Engkos.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Basreng Mank Engkos di Padalarang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu berupa wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner (angket) kepada 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas instrumen, uji reliabilitas instrumen, regresi linear sederhana, koefisien korelasi rank spearman, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh positif inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Basreng Mank Engkos. Pengaruh sebesar 60,2% dan sisanya sebesar 39,8% merupakan faktor lain. Hambatan yang dihadapi Basreng Mank Engkos yaitu varian rasa yang belum memenuhi keinginan konsumen dan kurangnya promosi serta pemasaran yang dilakukan. Upaya yang dilakukan yaitu menambah 2 varian rasa baru (keju dan BBQ) serta menggunakan media sosial sebagai media promosi.

Saran untuk perusahaan sebaiknya bisa mengikuti zaman saat ini dengan menambah varian rasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Perusahaan juga sebaiknya bisa selalu meningkatkan inovasi baru untuk produk Basreng Mank Engkos, agar konsumen tidak bosan dalam membeli produk Basreng Mank Engkos.

Kata Kunci: Inovasi Produk dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Basreng Mank Engkos is a company operating in the culinary sector and has been established since 2014 until now. This company is located at Kp. Ciburial Rt 003/ Rw 008, Kel. Margajaya, District. Ngamprah, West Bandung Regency, West Java, 40552. Based on the research results, it is known that there are problems related to Consumer Purchase Interest due to the lack of maximum Product Innovation carried out by Basreng Mank Engkos.

The aim of this research is to determine the influence of product innovation on consumer purchasing interest at Basreng Mank Engkos in Padalarang. The research method used is a quantitative research method. Data collection techniques in this research were interviews, observation, and distribution of questionnaires to 60 respondents. The data analysis techniques used are instrument validity testing, instrument reliability testing, simple linear regression, Spearman rank correlation coefficient, hypothesis testing, and coefficient of determination.

Based on the research results, there is a positive influence of product innovation on consumer buying interest at Basreng Mank Engkos. The influence is 60.2% and the remaining 39.8% is other factors. The obstacles faced by Basreng Mank Engkos are flavor variants that do not meet consumer desires and a lack of promotion and marketing. Efforts made include adding 2 new flavor variants (cheese and BBQ) and using social media as promotional media.

Suggestions for companies should be to keep up with current times by adding flavor variants according to customer wishes. Companies should also be able to always improve new innovations for Basreng Mank Engkos products, so that consumers don't get bored of buying Basreng Mank Engkos products.

Keywords: Product Innovation and Consumer Purchase Interest

ABSTRAK

Basreng Mank Engkos mangrupikeun perusahaan anu beroperasi dina sektor kuliner sareng parantos ngadeg ti taun 2014 dugi ka ayeuna. Pausahaan ieu ayana di Kp. Cibural Rt 003/ Rw 008, Kel. Margajaya, Kab. Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, 40552. Dumasar kana hasil panalungtikan, dipikanyaho aya masalah anu patali jeung Minat Beuli Konsumen lantaran kurang maksimalna Inovasi Produk anu dilaksanakeun ku Basreng Mank Engkos.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh inovasi produk kana minat beuli konsumen di Basreng Mank Engkos di Padalarang. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta méthode panalungtikan kuantitatif. Téhnik ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan nya éta wawancara, observasi, jeung distribusi angkét ka 60 réspodén. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta uji validitas instrumén, uji réliabilitas instrumén, régrési liniér basajan, koefisien korélasi rengking Spearman, uji hipotésis, jeung koefisien determinasi.

Dumasar kana hasil panalungtikan, aya pangaruh positif inovasi produk kana minat beuli konsumen di Basreng Mank Engkos. Pangaruhna nyaéta 60,2% sareng sésana 39,8% mangrupikeun faktor sanés. Halangan anu disanghareupan ku Basreng Mank Engkos nyaéta varian rasa anu henteu nyumponan kahayang konsumen sarta kurangna promosi jeung pamasaran. Usaha anu dilakukeun diantarana nambahan 2 varian rasa anyar (kéju sareng BBQ) sareng ngagunakeun média sosial salaku média promosi.

Saran pikeun perusahaan kedah nuturkeun jaman ayeuna ku cara nambahan varian rasa numutkeun kahoyong pelanggan. Pausahaan ogé kudu bisa salawasna ngaronjatkeun inovasi anyar produk Basreng Mank Engkos, sangkan konsumen teu bosen meuli produk Basreng Mank Engkos.

Konci: Inovasi Produk sareng Minat Meuli Konsumén