

ANALISIS INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK APPLE (SURVEY DI STIE EKUITAS BANDUNG)

Ditulis oleh:

Fahraja Ladi Sapurma

Dibimbing Oleh:

Dr. Ir. Dani Dagustani, MM., CMA

ABSTRAK

Apple adalah perusahaan teknologi multinasional yang berpusat di Cupertino, California yang menjadi salah satu produk *smartphone* yang sangat digemari oleh kalangan anak muda. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui analisis inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada produk Apple (survei di stie ekuitas Bandung). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dan pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 100 responden yang merupakan mahasiswa STIE Ekuitas Bandung. Hasil dari penelitian ini berdasarkan pengumpulan kuesioner, terlihat bahwa Inovasi produk pada *smartphone* Iphone termasuk dalam kategori “kurang baik”. Hasil analisis secara parsial inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa STIE Ekuitas Bandung.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Keputusan Pembelian, Bauran Pemasaran

ANALYSIS OF PRODUCT INNOVATION ON PURCHASING DECISIONS ON APPLE PRODUCTS (SURVEY AT STIE EKUITAS BANDUNG)

Written By:

Fahraja Ladi Sapurma

supervised by:

Dr. Ir. Dani Dagustani, MM., CMA

ABSTRACT

Apple is a multinational technology company based in Cupertino, California which is one of the smartphone products that is very popular with young people. The purpose of this study was to determine the analysis of product innovation on purchasing decisions on Apple products (survey at Stie Equity Bandung). This study uses descriptive and verification methods and data collection is done by questionnaire technique. The sample in this study amounted to 100 respondents who were students of STIE Ekuitas Bandung. The results of this study based on questionnaire collection, it can be seen that product innovation on Iphone smartphones is in the "not good" category. The results of the analysis partially product innovation has a significant influence on purchasing decisions for STIE Ekuitas Bandung students.

Keywords: Innovation Product, Purchase Decisions, Marketing Mix