

THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION ON THE PURCHASE DECISION OF RATTAN CRAFT PRODUCTS IN PEKANBARU CITY

Setya Jayanti¹, Henny Indrawati², Gani Haryana³

Setyajayanti95@gmail.com¹, henny.indrawati@lecturer.unri.ac.id², Gani.haryana@yahoo.com³,
Phone Number: 088271946413

*Economic Education Study Program
Department of Social Science Education
Faculty of Teacher Training and Education
Riau University*

Abstract: This study aims to determine the effect of product innovation on purchasing decisions for rattan handicraft products in Pekanbaru City. This research method uses descriptive quantitative research. The population in this study were consumers of rattan handicrafts in Pekanbaru City. The sampling technique was accidental sampling with a sample of 52 people taken from 26 rattan crafts in Pekanbaru City. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used simple linear regression analysis. Based on the results of the study, it was concluded that product innovation had an effect on purchasing decisions for rattan handicrafts in Pekanbaru City by 41.8%. Rattan craftsmen in Pekanbaru City should improve product innovation by adding new accessories in terms of shapes, colors and accessories that attract attention so that consumers do not feel bored, provide product guarantees so that they can increase consumer purchasing power and pay attention to product selling prices so that consumers feel that the prices are affordable and get market share in accordance with the products offered.

Key Words: Purchase decision, product innovation

PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERAJINAN ROTAN DI KOTA PEKANBARU

Setya Jayanti¹, Henny Indrawati², Gani Haryana³

Setyajayanti95@gmail.com¹, henny.indrawati@lecturer.unri.ac.id², Gani.haryana@yahoo.com³
Nomor Telepon: 088271946413

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk kerajinan rotan di Kota Pekanbaru. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen kerajinan rotan di Kota Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel 52 orang yang diambil dari 26 usaha kerajinan rotan di Kota Pekanbaru. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket, dan dianalisis dan dianalisis dengan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru sebesar 41,8%. Pengrajin rotan di Kota Pekanbaru sebaiknya meningkatkan inovasi produk dengan cara menambah aksesoris baru baik bentuk, warna dan aksesoris yang menarik perhatian agar konsumen tidak merasa jenuh. Selain itu, memberikan garansi produk sehingga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen, dan memperhatikan harga jual produk agar mendapat pangsa pasar sesuai dengan produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Inovasi Produk

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi yang cepat dan stabil merupakan keinginan dari setiap negara termasuk Indonesia. Berbagai usaha dilakukan agar dapat mencapai pertumbuhan ekonomi yang baik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan cara meningkatkan produksi barang-barang dan jasa dalam berbagai kegiatan ekonomi (resalawati, 2011). Berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, penting pula ditinjau pemerataan pembangunan terhadap setiap individu yang berarti pemerataan dalam hal kesempatan berusaha untuk menikmati kehidupan yang layak, sebab dengan adanya kesempatan berusaha tersebut maka setiap masyarakat dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya dan berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan penghasilan yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Adisasmita, 2013). Kebijakan pertumbuhan ekonomi nasional diarahkan dalam upaya pemerataan, pemantapan, pemberdayaan pendalaman struktur, perluasan tenaga kerja serta penyebaran lokasi, didukung sistem distribusi nasional yang tangguh. Khusus sektor industri, kebijakan diarahkan untuk lebih meningkatkan industri kecil dan kerajinan rakyat antara lain melalui penyempurnaan, pengaturan, pembinaan, dan pengembangan usaha serta meningkatkan produktivitas dan perbaikan mutu produksi dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan pengrajin kecil, serta kemampuan untuk memasarkan dan mengeksport hasil-hasil produksinya (Arsyad, 2015).

Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen (Intan, 2019). Keputusan memilih suatu produk berperan dalam gaya hidup seseorang, sehingga keinginan untuk membeli produk turut mewarnai pola konsumsi seseorang (Riza dan Handoko, 2019). Keputusan pembelian diharapkan agar konsumen dapat terus membeli dan menggunakan kembali produk yang ditawarkan, sehingga perusahaan akan dapat terus hidup dan berkembang (Andri dkk, 2018).

Dalam memenangkan persaingan bisnis, salah satu hal yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan adalah keputusan pembelian para konsumennya (Adelia, 2017). Tidak mudah untuk memahami proses keputusan pembelian para konsumen. Dalam memilih sebuah produk, konsumen tentu mempertimbangkan unsur-unsur yang terdapat pada sebuah produk, seperti desain, warna, ukuran, kemasan, dan lainnya, serta atribut yang tidak berwujud yaitu harga, layanan, dan kualitas (Diah, 2019). Keputusan pembelian menjadi keputusan terakhir konsumen atas suatu produk barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini sering menjadi permasalahan bagi UMKM yang kurang memperhatikan keputusan pembelian. Hal ini juga terjadi pada UMKM pengrajin rotan di Kota Pekanbaru. Para pengrajin rotan mengalami penurunan penjualan pada tahun 2020.

Berdasarkan hasil observasi awal penelitian pada 5 usaha pengrajin rotan di Kota Pekanbaru, penjualan kerajinan rotan bersifat fluktuatif dan cenderung menurun. Berikut adalah data penjualan usaha pengrajin rotan pada bulan Juli sampai Desember 2020:

Tabel 1. Data Penjualan Usaha Pengrajin Rotan di Kota Pekanbaru Bulan Juli Sampai Desember 2020 (Unit)

Bulan	Penjualan
Juni	36
Juli	53
Agustus	47
September	73
Oktober	85
November	98
Desember	116

Sumber : Data Observasi, 2020

Tabel 1, menunjukkan menurunnya keputusan pembelian terhadap produk rotan di Pekanbaru. Keputusan pembelian diharapkan agar konsumen dapat terus membeli dan menggunakan kembali produk yang ditawarkan, sehingga perusahaan akan dapat terus hidup dan berkembang. Dalam memilih sebuah produk, konsumen tentu mempertimbangkan unsur-unsur yang terdapat pada sebuah produk, seperti desain, warna, ukuran, kemasan, dan lainnya, serta atribut yang tidak berwujud yaitu harga, layanan, dan kualitas.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi produk. Inovasi merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis (Indrawati dkk, 2019). Perusahaan yang memiliki produk yang selalu memiliki inovasi akan membuat konsumen tidak jenuh dan memiliki alternatif dalam melakukan keputusan pembelian dan menggunakan suatu produk (Risa dan Dede, 2018).

Inovasi produk sangat penting diterapkan oleh UMKM untuk menambah nilai jual barang atau jasa (Novita dan Suswita, 2017). Dengan melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas produk berarti perusahaan sudah melaksanakan kegiatan pemasaran yang kreatif dan untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian (Ajeng dan Rullirianto, 2018). Inovasi harus mampu membuat produk berbeda dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing (Risa dkk, 2018).

Berdasarkan yang telah diungkapkan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk kerajinan rotan di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen kerajinan rotan di Kota Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling* dengan jumlah sampel 52 orang yang diambil dari 26 kerajinan rotan di Kota Pekanbaru. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari konsumen yang akan menentukan pilihan yang menurutnya paling baik (Cahyani, 2017). Keputusan pembelian kerajinan rotan di kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian Kerajinan Rotan di Kota Pekanbaru

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	16,9 – 20	1	1,93
Tinggi	13,7 – 16,8	10	19,23
Sedang	10,5 – 13,6	21	40,38
Rendah	7,3 – 10,4	12	23,08
Sangat Rendah	4 – 7,2	8	15,38
Jumlah		52	100

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa sebanyak 21 responden (40,38%) mengatakan bahwa keputusan pembelian pada kerajinan rotan di Kota Pekanbaru berada pada kategori sedang. Sedangkan hanya 1 responden (1,93%) yang memiliki keputusan pembelian pada kategori sangat tinggi.

Menurut responden, kerajinan rotan di Kota Pekanbaru kurang memiliki pilihan produk. Produk yang dimiliki terlalu monoton dan kurang bervariasi, sehingga kurang menarik perhatian konsumen untuk membeli produk kerajinan rotan. Kemudian dalam pembelian produk kerajinan rotan, konsumen hanya membeli pada waktu tertentu. Seperti perayaan hari lebaran Idul Fitri atau perayaan hari besar lainnya.

b. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah produk yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh konsumen baik itu produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi ataupun merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan (Harun Al Rasyid, 2018). Untuk melihat inovasi produk kerajinan rotan di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kota Pekanbaru

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	37,9 – 45	3	5,77
Tinggi	30,7 – 37,8	7	13,47
Sedang	23,5 – 30,6	21	40,38
Rendah	16,3 – 23,4	17	32,69
Sangat Rendah	9 – 16,2	4	7,69
Jumlah		52	100

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa sebanyak 21 responden (40,38%) mengatakan bahwa inovasi produk kerajinan rotan di Kota Pekanbaru berada pada

kategori sedang. Sedangkan hanya 3 responden (5,77%) yang mengatakan inovasi produk kerajinan rotan di Kota Pekanbaru pada kategori sangat tinggi.

Menurut responden, kerajinan rotan di Kota pekanbaru kurang memiliki inovasi pada bentuk dan warna sehingga kurang menarik perhatian konsumen. Produk kerajinan rotan cenderung monoton. Pengrajin rotan selalu menghasilkan produk yang sama dari waktu ke waktu. Kemudian tidak adanya tambahan aksesoris pada produk kerajinan rotan, mengakibatkan konsumen merasa bosan dengan produk yang ditawarkan pengrajin rotan di Kota Pekanbaru.

2. Uji Regresi Linear Sederhana

a. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang diteliti baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Untuk melihat pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Output Uji F

Pengujian	F	Sig.
Regresi	35,983	0,000

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 4, nilai sig sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru.

b. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan inovasi produk terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru. Untuk melihat sumbangan pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Output Uji Koefisien Determinasi

Pengujian	R	<i>R Square</i>
Regresi	0,647	0,418

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 5, nilai *R Square* sebesar 0,418. Maka dapat diketahui bahwa inovasi produk mempengaruhi keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru sebesar 41,8%. Sedangkan sisanya sebesar 58,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, yaitu harga, waktu pembelian dan kebutuhan.

c. Persamaan Regresi Linear Sederhana

Persamaan regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X = Inovasi Produk

Untuk mengetahui arah pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Output Persamaan Regresi Linear Sederhana

Pengujian	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2,338	1,501
Inovasi Produk	0,347	0,058

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 6, nilai *Constant* sebesar 2,338 dan nilai inovasi produk sebesar 0,347. Jika dimasukkan kedalam rumus persamaan linear sederhana maka dapat diketahui:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,338 + 0,347X$$

Dari persamaan regresi linear sederhana dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 2,338 artinya adalah apabila inovasi produk diasumsikan sebesar nol (0), maka nilai keputusan pembelian sebesar 2,338.
- 2) Nilai koefisien inovasi produk sebesar 0,347 artinya adalah setiap peningkatan inovasi produk sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,347.

Pembahasan Hasil Penelitian

Keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari konsumen yang akan menentukan pilihan yang menurutnya paling baik (Riefky, 2018). Keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru berada pada kategori sedang. Hal ini disebabkan karena kerajinan rotan di Kota Pekanbaru yang kurang memiliki pilihan produk. Produk yang dimiliki terlalu monoton dan kurang bervariasi, sehingga kurang menarik perhatian konsumen untuk membeli produk kerajinan rotan. Kemudian dalam pembelian produk kerajinan rotan, konsumen hanya membeli pada waktu tertentu. Seperti perayaan hari lebaran Idul Fitri atau perayaan hari besar lainnya.

Kemudian inovasi produk adalah produk yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh konsumen baik itu produk orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi ataupun merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan (Diah, 2019). Inovasi produk kerajinan rotan di Kota Pekanbaru berada pada kategori sedang. Hal ini disebabkan karena kerajinan rotan di Kota Pekanbaru kurang memiliki inovasi pada bentuk dan warna sehingga kurang menarik perhatian konsumen. Produk kerajinan rotan cenderung monoton. Pengrajin rotan selalu menghasilkan produk yang sama dari waktu ke waktu. Kemudian tidak adanya tambahan aksesoris pada produk kerajinan rotan, mengakibatkan konsumen merasa bosan dengan produk yang ditawarkan pengrajin rotan di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru dengan nilai pengaruh sebesar 41,8%. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harun dan Agus (2018) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Inovasi produk sangat penting bagi kelangsungan hidup sebuah usaha. Usaha dengan produk yang selalu memiliki inovasi akan membuat konsumen tidak jenuh dan memiliki alternatif dalam melakukan keputusan pembelian dan menggunakan suatu produk (Risa dan Dede, 2018). Inovasi produk sangat bagus digunakan pada usaha mikro kecil dan menengah, dimana usaha yang masih kecil sangat memerlukan inovasi produk agar menambah nilai jual barang atau jasa (Novita dan Suswita, 2017). Dengan melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas produk berarti perusahaan sudah melaksanakan kegiatan pemasaran yang kreatif dan untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian (Ajeng dan Rullirianto, 2018). Inovasi harus mampu membuat produk berbeda dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing (Risa dkk, 2018).

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru berada pada kategori sedang dengan nilai 40,38%.
2. Inovasi produk kerajinan rotan di Kota Pekanbaru berada pada kategori sedang dengan nilai 40,38%.
3. Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di Kota Pekanbaru sebesar 41,8%.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka rekomendasi pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, khususnya pemerintah Kota Pekanbaru untuk membuat kebijakan agar pengrajin rotan di Pekanbaru dapat terus berinovasi dan terus berkembang. Seperti membuat pelatihan pengembangan usaha, pelatihan inovasi produk dan pelatihan manajemen pemasaran.

2. Bagi Pengrajin Rotan

Pengrajin rotan di Kota Pekanbaru sebaiknya meningkatkan inovasi produk. Inovasi produk yang perlu di perhatikan pengrajin rotan di Kota Pekanbaru yaitu:

- a. Mambahan aksesoris baru baik bentuk, warna dan aksesoris yang menarik perhatian agar konsumen tidak merasa jenuh.
- b. Memberikan garansi produk sehingga dapat meingkatkan daya beli konsumen.
- c. Memperhatikan harga jual produk agar konsumen merasa harga terjangkau dan mendapat pangsa pasar sesuai dengan produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Almira dan JE Sutanto. 2018. Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 3(2): 250-259.
- Andri Tri Setiawan, Achmad Fauzi DH dan Brillyanes Sanawiri. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Yang Membeli, Menggunakan dan Mengetahui Smartphone Samsung Galaxy Series). *Jurnal Administrasi Bisnis* 62(1): 73-81.
- Cahyani, Adelia. 2017. Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oreo di Jakarta.
- Diah Ernawati. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen* 7(1): 17-32.
- Fahmi Ardian. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Rotan Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Skripsi. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Harun Al Rasyid dan Agus Tri Indah. 2018. Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif* 16(1): 39-49.
- Ihda La Aleiyya, Handoyo Djoko Waluyo dan Widayanto. 2014. Pengaruh Inovasi Produk Baru, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet Apple iPad (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna iPad Di FISIP UNDIP Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Politic* 9(1): 1-8.
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indrawati, H., Caska., and Suarman. 2020. "Barriers to Technological Innovations of SMEs: How to Solve Them?". *International Journal of Innovation Science* 12, no. 5:545-564.
- Made Caesar Surya Dwi Putra dan Ni Wayan Ekawati. 2017. Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen UNUD* 6(3): 1674-1700.
- Merisa Dwi Firatma dan Mohammad Maskan. 2017. Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Dea Cake And Bakery. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 8(2): 73-76.
- Mustika Kusuma Wardani, Sunarso dan Retno Susanti. 2017. Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi (Survei pada

Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 17(1): 51-62.

- Resalawati, Ade. 2011. Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Riefky Shaleh. 2017. Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup, Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Stalker Pomade (Studi Kasus Pada Pembeli Minyak Rambut Stalker Pomade Di UN PGRI Kediri. *Simki-Economic* 1(1): 1-12.
- Risa Rismawati dan Dede R. Oktini. 2018. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Kasus Pada Konsumen Bisnis) Auto Print & Souvenirs Sales Showroom di Kota Bandung. *Prosiding Manajemen* 4(2): 1320-1324.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supriyati, Darham dan Herawati. 2017. Analisis Pengaruh Promosi Dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Bungo Pada Rumah Batik Vinto Muara Bungo. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi* 6(2): 192-199.
- Tamamudin. 2012. Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina. *Jurnal Penelitian* 9(2): 283-300.
- Tika Afriyanti dan Rose Rahmidani. 2019. Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *EcoGen* 2(3): 270-279.