

ABSTRAK

Breyen Noval Putra Bambang, 2024, Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Promosi *Online* Terhadap Minat Beli Pada Mie Gacoan Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M., Pembimbing (II) Ibu Indra Ayu Fatmala, S.E., M.M.

Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Pada Mie Gacoan Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun. Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan bukti empiris pengaruh inovasi produk, harga, promosi online terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Karasidenan Madiun yang mengetahui Mie Gacoan Madiun dengan pengambilan sampel sebanyak 384 responden. Metode penelitian ini yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah 1) secara parsial variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, 2) secara parsial variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, 3) Secara parsial variabel promosi online memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, 4) Secara simultan variabel inovasi produk, harga, dan promosi online berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Harga, Promosi Online, Minat Beli

ABSTRACT

Breyen Noval Putra Bambang, 2024, The Effect of Product Innovation, Price, and Online Promotion on Buying Interest in Madiun Gacoan Noodles. Thesis. Management Department, Economics and Business Faculty, Universitas PGRI Madiun. Advisor (I) Mrs. Dr. Apriyanti, S.E., M.M., Advisor (II) Mrs. Indra Ayu Fatmala, S.E., M.M.

The aim of this study was to provide empirical evidence of the influence of product innovation, price, online promotion towards purchase interest in Mie Gacoan Madiun. This study was conducted on the Madiun Residency community who knew Mie Gacoan Madiun by taking a sample of 384 respondents. The research method used was a quantitative approach using multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) partially the product innovation variable has a positive and significant influence towards purchase interest; (2) partially the price variable has a positive and significant influence towards purchase interest; (3) partially the online promotion variable has a positive and significant influence towards purchase interest; (4) Simultaneously, the product innovation, price, and online promotion variables have a positive and significant influence towards purchase interest in Mie Gacoan Madiun.

Keywords: *Product Innovation, Price, Online Promotion, Purchase Interest.*