

ABSTRAK

Mengonsumsi susu merupakan kebutuhan utama sebagai kesehatan. Karena susu mengandung vitamin dan gizi sebagaimana untuk daya tubuh, semakin tinggi kebutuhan konsumen dalam mengonsumsi susu, semakin baik digunakan untuk menjaga kesehatan. Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian susu. Penelitian ini menggunakan sampel 95 responden dengan teknik *insidental sampling*. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen, analisis regresi, uji-t dan uji-F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi produk susu berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian susu. Sedangkan Inovasi produk susu dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menemukan bahwa inovasi produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian susu.

Kata Kunci : Inovasi produk, Promosi dan Keputusan Pembelian Susu.

ABSTRACT

Consuming milk is a primary need for health. Because milk contains vitamins and nutrients as well as for body resistance, the higher the consumer's need for consuming milk, the better it is used for maintaining health. The purpose of this study was to examine the effect of product innovation and promotion on milk purchasing decision. This study used a sample of 95 respondents with incidental sampling technique. The analysis used includes instrument test, regression analysis, t-test and F-test. The results of this study indicate that the innovation of dairy products has a partial effect on purchasing decisions. Promotion has a partial effect on consumer purchasing decisions. Meanwhile, product innovation and promotion have a simultaneous effect on consumer milk purchasing decisions. The results of this study found that product innovation and promotion have a positive effect on milk purchasing decisions.

Keywords: Product innovation, Promotion and Milk Purchase Decisio