

ABSTRACT

Endah Sofytri Pamungkas, The Influence of Product Innovation and Facebook Media Marketing on Buying Batik Interest at UD. Silvia Telaga Village - Tanjung Bumi. Under the guidance of Bambang Setiyo Pambudi. SE., M M.

Batik in Indonesia is a work of art for the Indonesian people which still exists and continues to develop. Tanjung Bumi batik has a rich variety of motifs, patterns and colors that can depict the character of the coastal population, especially Madura Island. The purpose of this study was to determine whether product innovation and Facebook media marketing had an effect on buying interest in batik.

The sampling technique in this study used a non-probability sampling method with a purposive sampling technique, and was analyzed with IBM SPSS 2.0 software. The results of this study indicate that the product innovation variable (X1) has a value of 0.608, which shows a value of $0.000 < 0.05$, this indicates that the product innovation variable has a significant effect on purchase intention. The Facebook media marketing variable (X2) has a value of 0.424, which shows a value of $0.000 < 0.05$, this indicates that the Facebook media marketing variable has a significant effect on buying interest. Based on testing the Ftable value of $2.41 > F_{count}$ of 483.646 with a significance of $0.000 < 0.05$, this shows that Product Innovation and Facebook Media Marketing simultaneously or collectively affect buying interest.

Keywords: Product Innovation, Social Media Marketing, Buying Batik Interest

ABSTRAK

Endah Sofytri Pamungkas, Pengaruh Inovasi Produk dan Pemasaran Media Facebook Terhadap Minat Beli Batik Pada UD. Silvia Desa Telaga – Tanjung Bumi. Di bawah bimbingan Bambang Setiyo Pambudi. SE., M M.

Batik di Indonesia adalah karya seni bangsa Indonesia yang hingga saat ini masih eksis dan terus berkembang, batik Tanjung bumi mempunyai kekayaan ragam motif, corak, serta warna yang dapat menggambarkan sosok karakter penduduk pesisir khususnya Pulau Madura. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah inovasi produk dan pemasaran media facebook berpengaruh terhadap minat beli batik.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Non probability sampling dengan teknik sampling purposive, dan dianalisis dengan *software* IBM SPSS 2.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk (X1) bernilai sebesar 0,608 yaitu menunjukkan nilai sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Variabel pemasaran media facebook (X2) bernilai 0,424 yaitu menunjukkan nilai sebesar $0,000 < 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pemasaran media facebook berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan pengujian nilai $F_{tabel} 2,41 > F_{hitung}$ sebesar 483,646 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukan pada Inovasi Produk dan Pemasaran Media Facebook berpengaruh secara simultan atau bersama sama terhadap minat beli.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Pemasaran Media Sosial, Minat Beli Batik