

ABSTRAK

Tingginya persaingan bisnis di industri makanan menuntut para pelaku bisnis agar menerapkan strategi yang tepat pada produknya dengan harapan dapat menarik minat beli konsumen dan tidak beralih ke pesaing. Salah satunya seperti yang dilakukan UD Tajul Anwar yakni dengan melakukan beberapa inovasi selama 4 tahun terakhir pada produk keripik jagung Tatochis-nya seperti merubah kemasan produk dengan kemasan yang lebih menarik dan berkualitas. Hal tersebut berdampak pada harga jual produk yang sedikit mengalami kenaikan, namun sepadan dengan kualitas yang didapatkan. Namun, penjualan cenderung mengalami penurunan selama 4 tahun terakhir. Menggunakan desain penelitian kuantitatif dan teknik analisis data dengan model regresi, didapatkan hasil jika inovasi harga dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli baik secara parsial dan simultan.

Kata Kunci: **Inovasi Produk, Harga, Minat Beli**

ABSTRACT

The high business competition in the food industry requires business people to apply the right strategy to their products in the hope of attracting consumer buying interest and not switching to competitors. One of them is like what UD Tajul Anwar has done by making several innovations for the last 4 years on its Tatochis corn chips products such as changing product packaging with more attractive and quality packaging. This has an impact on the selling price of the product which has increased slightly, but is commensurate with the quality obtained. However, sales have tended to decline over the past 4 years. Using quantitative research design and data analysis techniques with regression models, it was found that price innovation and price have a positive and significant influence on purchase intention both partially and simultaneously.

Keywords: Product Innovation, Price, Purchase Intention