ABSTRAK

Desi Ramalia, 2022, Pengaruh Inovasi Produk Dan Penggunan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerupuk Kemplang Panggang Khas Palembang Amanda.
Pembimbing (1) H. Suwarto[2], S.E M.M, Fitriani[2] S.E., M.M.

Persaingan wirausaha saat ini sangat tinggi karena semua perusahaan terus berupaya untuk meningkatkan pangsa pasarnya dengan cara mendapatkan pelanggan baru. Keadaan bisnis berubah secara dinamis dengan perubahan lingkungan sekitar dan perubahan selera individu konsumen yang semakin beragam. Masyarakat dituntut untuk berkreasi dengan mengolah ikan menjadi ikan produk olahan lainnya seperti biskuit kemplang, produk olahan ini sangat digemari oleh masyarakat untuk makanan pendamping Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 2) Untuk mengetahui apakah pengunaan media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 3) Untuk mengetahui variabel inovasi produk dan pengunaan media sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Dalam penelitian ini populasi diambil berdasarkan pada konsumen yang melakukan pembelian pada kerupuk kemplang amanda yaitu sebanyak 115 perbulan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian. 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara media sosial terhadap keputusan pembelian. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan anatara inovasi produk dan pengunaan media sosial secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

kata kunci : Inovasi Produk, Penggunaan media sosial dan keputusan Pembelian