

ABSTRAK

Nama : Arief Faturrahman
Nim : 200410342
Judul : Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan *Relationship Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Bersama Jaya Sejahtera.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan *Relationship Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Bersama Jaya Sejahtera. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang melakukan pembelian pada Usaha Bersama Jaya Sejahtera. Populasi jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*infinite*). Jumlah responden yang digunakan berdasarkan teknik sampel berjumlah 96 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk secara individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Usaha Bersama Jaya Sejahtera, Kualitas Produk juga terbukti secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan pembelian pada Usaha Bersama Jaya Sejahtera, *Relationship Marketing* secara individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Usaha Bersama Jaya Sejahtera.

Keyword: Inovasi Produk, Kualitas Produk, *Relationship Marketing*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Arief Faturrahman
Nim : 200410342
Title : *The influence of product innovation, product quality, and relationship marketing on purchasing decisions at Usaha Bersama Jaya Sejahtera.*

This study aims to analyze the influence of product innovation, product quality, and relationship marketing on purchasing decisions at Usaha Bersama Jaya Sejahtera. Data for this study were collected through a survey method using a questionnaire as the data collection instrument. The population in this study was consumers who made purchases at *Usaha Bersama Jaya Sejahtera*. *In this study, the population sampled was large and the exact number was unknown (infinite).* The number of respondents used was 96 based on the sampling technique. This study used a quantitative approach with multiple linear regression analysis using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software. The results showed that product innovation, individually, had a positive and significant influence on purchasing decisions at Usaha Bersama Jaya Sejahtera. Product quality was also proven to significantly and positively influence purchasing decisions at Usaha Bersama Jaya Sejahtera. Relationship marketing, individually, had a positive and significant influence on purchasing decisions at Usaha Bersama Jaya Sejahtera.

Keyword: Product Innovation, Product Quality, Relationship Marketing, Purchasing Decisions