

ABSTRAK

Rachmawati: Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Busana Muslim pada Butik PRQUEEN di Kota Bandung.

Meningkatnya populasi produsen busana muslim, mengakibatkan persaingan semakin ketat diantara para pengusaha. Hal ini membuat para pelaku usaha yang bergerak di bidang fashion busana muslim harus melakukan berbagai cara untuk menarik para pembeli. Sementara butik PRQUEEN dalam menghadapi persaingan bisnis telah melakukan berbagai upaya dalam inovasi produk yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Menurut teori yang di kemukakan oleh Tamamudin dalam jurnal penelitiannya, di katakan bahwa, semakin tinggi inovasi produk, maka semakin tinggi minat beli konsumen. Namun pada kenyataannya adalah ketika inovasi meningkat, minat beli cenderung fluktuatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1). pengaruh inovasi produk terhadap minat beli busana muslim pada butik PRQUEEN di Kota Bandung, 2). pengaruh persepsi harga terhadap minat beli busana muslim pada butik PRQUEEN di Kota Bandung, 3). pengaruh inovasi produk dan persepsi harga secara simultan terhadap minat beli busana muslim pada butik PRQUEEN di Kota Bandung.

Penelitian ini menggabungkan teori Inovasi Produk dengan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Busana Muslim pada Butik PRQUEEN di Kota Bandung, sehingga dalam penelitian ini akan melibatkan konsumen butik PRQUEEN dalam mengumpulkan data penelitian.

Metode penelitian ini termasuk kedalam penelitian eksplanatoris (*explanatory research*), dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi linier berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji hipotesis secara parsial dan uji hipotesis secara simultan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Secara parsial inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli busana muslim pada butik PRQUEEN di kota Bandung. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2.023, sedangkan untuk t tabel dengan taraf kepercayaan 5% adalah 1.669, sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $2.023 > 1.669$, 2). Secara parsial persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli busana muslim pada butik PRQUEEN di kota Bandung. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3.226, sedangkan untuk t tabel dengan taraf kepercayaan 5% adalah 1.669 sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $3.226 > 1.669$. 3). secara simultan inovasi produk dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli busana muslim pada butik PRQUEEN di kota Bandung. Hal ini dibuktikan dari nilai f hitung sebesar 6.628, dengan taraf signifikansi sebesar 5%, maka didapat f tabel sebesar 3.123. Hasil tersebut memperkuat teori yang di kemukakan oleh Ligawati dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Pengharum Ruangan Denis”.

ABSTRACT

Rachmawati: Effect of Product Innovation and Price Perception on Muslim Clothing Buying Interests at PRQUEEN Boutique in Bandung City.

An increase in the population of Muslim fashion producers has resulted in increasingly fierce competition among entrepreneurs. This makes business people engaged in the field of Muslim fashion have to do various ways to attract buyers. While PRQUEEN's business in facing business competition has made various efforts in product innovation that always keep up with the times. According to the theory put forward by Tamamudin in his research journal, it was said that, the higher the product innovation, the higher the consumer's buying interest. But in reality, when innovation increases, buying interest tends to fluctuate.

This study aims to find out: 1). the influence of product innovation on the interest in buying Muslim clothing at PRQUEEN boutiques in Bandung, 2). the influence of the price perception on the interest in buying Muslim clothing at PRQUEEN boutiques in the city of Bandung, 3). the influence of product innovation and the price perception simultaneously on the interest in buying Muslim clothing at PRQUEEN boutique in Bandung City.

This research combines the Product Innovation theory with the Price Perception of Muslim Clothing Buying Interests at PRQUEEN Boutique in Bandung City, so that in this study will involve PRQUEEN boutique consumers in collecting research data.

This research method is included in explanatory research (*explanatory research*), with a quantitative approach. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis techniques used to answer hypotheses are multiple linear regression, correlation coefficient test, determination coefficient test, partial hypothesis testing and simultaneous hypothesis testing.

The results of this study indicate that: 1). Partially, product innovation has a significant effect on the buying interest in Muslim clothing at PRQUEEN boutiques in the city of Bandung. This is evidenced from the t count value of 2.023, while for t table with a confidence level of 5% is 1.669, so that $t_{count} > t_{table}$ or $2.023 > 1.669$, 2). Partially the price perception has a significant effect on the interest in buying Muslim clothing at PRQUEEN boutiques in the city of Bandung. This is evidenced by the value of t count of 3,226, while for t table with a confidence level of 5% is 1,669 so that $t_{count} > t_{table}$ or $3,226 > 1,669$. 3). simultaneously product innovation and price perception have a significant effect on the interest in buying Muslim clothing at PRQUEEN boutiques in the city of Bandung. This is evidenced from the calculated f value of 6.628, with a significance level of 5%, then obtained f table of 3.123. These results reinforce the theory proposed by Ligawati with the title "Effect of Product Innovation and Price on the Interest in Purchasing Denis Air Freshener Product."

المخلص

رحماواتي : تأثير الابتكار المنتج ومستوى الأسعار على الملابس الإسلامية شراء المصالح في بوتيك PRQUEEN في مدينة باندونغ.

وقد أدت الزيادة في عدد السكان من المنتجين المسلمين الأزياء المنافسة على نحو متزايد شرسية بين رجال الأعمال. هذا يجعل رجال الأعمال المنخرطين في مجال الأزياء والأزياء الإسلامية أن يقوموا بطرق مختلفة لجذب المشترين. في حين أن أعمال PRQUEEN في مواجهة منافسة الأعمال قد بذلت جهودًا مختلفة في ابتكار المنتجات التي تواكب العصر دائمًا. ووفقاً للنظرية التي طرحها تامامودين في مجلة أبحاثه ، فقد قيل أنه كلما ارتفع ابتكار المنتجات ، ارتفع اهتمام المستهلك بالشراء. ولكن في الواقع ، عندما يزداد الابتكار ، يميل الاهتمام بالشراء إلى التذبذب.

تهدف هذه الدراسة لمعرفة: (١). تأثير ابتكار المنتجات على الاهتمام بشراء الملابس الإسلامية في محلات PRQUEEN في باندونغ ، (٢). تأثير مستوى الأسعار على الاهتمام بشراء الملابس الإسلامية في متاجر PRQUEEN في مدينة باندونغ ، (٣). تأثير ابتكار المنتجات ومستوى السعر في وقت واحد على الاهتمام بشراء الملابس الإسلامية في بوتيك PRQUEEN في مدينة باندونغ.

يجمع هذا البحث بين نظرية "ابتكار المنتجات" وبين "مستوى سعر شراء الملابس المسلمة" في بوتيك PRQUEEN في مدينة باندونغ ، بحيث تشمل هذه الدراسة مستهلكي بوتيك PRQUEEN في جمع البيانات البحثية.

يتم تضمين طريقة البحث هذه في البحث (التوضيحي/البحث التوضيحي) ، مع اتباع نهج كمي. تقنيات جمع البيانات باستخدام استبيانات تم اختبارها للتحقق من صحتها وموثوقيتها. تقنيات تحليل البيانات المستخدمة للإجابة على الفرضيات هي الانحدار الخطي المتعدد ، اختبار معامل الارتباط ، اختبار معامل التحديد ، اختبار فرضية جزئي واختبار الفرضية في وقت واحد.

نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن: (١). جزئياً ، ابتكار المنتجات له تأثير كبير على الاهتمام بالشراء في الملابس الإسلامية في محلات PRQUEEN في مدينة باندونغ. ويتضح ذلك من قيمة تعداد $t_{20,23}$ بينما بالنسبة للجدول t مع مستوى ثقة يبلغ ٥٪ هو $t_{1,669}$ بحيث تكون $t > t_{1,669}$ حساب أو $t_{20,23} < t_{1,669}$ (٢). زنيا مستوى السعر له تأثير كبير على الاهتمام بشراء الملابس الإسلامية في محلات PRQUEEN في مدينة باندونغ. ويتجلى ذلك من خلال قيمة t من $t_{3,226}$ بينما بالنسبة للجدول t مع مستوى ثقة ٥٪ هو $t_{1,669}$ بحيث تكون $t > t_{3,226}$ حساب أو $t_{3,226} < t_{1,669}$ (٣). في الوقت نفسه ، يكون لمبتكرات المنتجات ومستويات الأسعار تأثير كبير على الاهتمام بشراء الملابس الإسلامية في متاجر PRQUEEN في مدينة باندونغ. ويتضح ذلك من القيمة المحسوبة $t_{6,628}$ ، مع مستوى دلالة ٥٪ ، ثم حصل على جدول $t_{3,163}$. "هذه النتائج تعزز نظرية طرحها ليغاواتي" أثر ابتكار المنتجات و الاسعار ضدشراء الفائدة معطر الهواء دينيس"