**PENGARUH HARGA, INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LYLY BAKERY LAMONGAN Jl. Sunan Drajat No 52, Lamongan**

***(PRICE IMPACT, PRODUCT INNOVATION AND PRODUCT QUALITY TO WARDS THE DECISION OF PURCHASE ON* LYLY BAKERY LAMONGAN Jl. Sunan Drajat No.52 Lamongan)**

**Didin Bachrul Khoirudin1, Dra. Henny Mahmudah, M.E2, Noer Rafika Zulyanti S.Sos.M.A3**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Lamongan

[**didinbachrul9@gmail.com**](mailto:didinbachrul9@gmail.com)**,** [**hennymahmudah02@gmail.com**](mailto:hennymahmudah02@gmail.com)**, rafikahalie@gmail.com**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Website:** |  | **Abstrak** |
| https:  //jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma |  | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian baik secara parsial, simultan dan faktor yang paling dominan diantara ketiga variabel diatas yang mempengaruhi keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah costumer Lyly Bakery Lamongan sedangkan sampelnya berjumlah 100 responden. Dari hasil penelitian diatas disimpulkan bahwa variabel harga, inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Dan variabel Harga berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian pada Lyly Bakery Lamongan. |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Kata Kunci:** |  |
| Harga, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian |  |
|  |  |
| **Keywords :**  *prices, product inovation, quality products and purchasing decisions* |  | ***Abstract*** |
|  | *This study aims to determine the effect of price, product innovation and product quality on purchasing decisions either partially, simultaneously and the most dominant factors among the three variables above that affect purchasing decisions. The population in this study is the customer Lyly Bakery Lamongan while the sample is 100 respondents. From the results of the above study concluded that the price, product innovation and product quality variables have a partial and simultaneous influence on purchasing decisions. And the variable price is the most dominant influence on purchasing decisions on Lyly Bakery Lamongan* |
| **Alamat Kantor:**  Jl. Sunan Drajat No.52, Lamongan |  |
|  |

**DAFTAR PUSTAKA**

Alex, D., & Thomas, S. 2012 Impact Of Product Quality, *Service Quality and Contextual Experience On Costumer Perceived Value and Future Buying intentions,* European Journal Of Business and Management*.* Volume 3, No 3, p307-315.

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi, 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta*: PT Rineka Cipta

Charles, Noble H.; Sinha, Rajiv K. and Kumar, Ajith. 2002., *Market Orientation and Alternative Strategic Orientations : A Longitudinal Assessment of Performance Implications*, Journal of Marketing vol. 66, 25-39

Hermann, et, al. 2007, “*The social influence of brand community: evidence from European car clubs*”, Journal of Marketing, Vol. 69, p 19 - 34.

Hurley, Robert. F and Hult, G, Tomas. M, 1998, ”*Inovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Intergration and Empirical Examination”*, Journal of *Marketing,* July.

Ihda La Aleiyya, Handoyo Djoko Waluyo &Widayanto 2014. *Pengaruh Inovasi Produk Baru, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pc Tablet Apple iPad.* Diponegoro jaournal of social and politic*.* h.1-8

Kotler, P. Amstrong. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran.* Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran.* Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Alih Bahasa Iman Nurmawan Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen pemasaraan*.Edisi Milennium. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip. 2007.*Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Lupiyadi, R 2013. Manajemen Pemasaran (Vol.III) Jakarta : Salemba Empat

Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa teori dan Praktik*,Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Nasution, H.N. 2005. *Inovasi Organisasi : Konsep dan Pengukuran*. Usahawan No. 09 th XXXIV September 2005.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988), *“ SERVQUAL: Amultiple item scale for measuring consumers perceptions of service quality* , Journal of Retailing*,* 64(1), pp.13-40.

Rajput, A.A.; Kalhoro, S.H.; dan Wasif, R. 2012. *Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior: Evidence from Pakistan*. Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business. ijcrb.webs.com. Vol 4, No 4. August, h.585- 496.

Sabran Nugroho, 2009. *Manajemen Pemasaran II* Cetakan Ketiga. Penerbit PT Permata Karya Yogyakarta

Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. 2009. *Perilaku Konsumen. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta* : PT. Indeks Group Gramedia.

Sousa, F.C.; Pellissier, R; dan Monteiro,I.P. 2012. *Creativity, Innovation And Collaborative Organizations. The International* Journal of Organization Innovation Vol 5 Num 1. p.26-59

Sudarsono, D.S. dan Kurniawati, D. 2013*. Elemen Ekuitas Merek dalam Keputusan Pembelian Laptop*. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi(JRMA). Vol. 1 No. 1, Februari. h.18-27.

Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung:ALFABETA

Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung:ALFABETA

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian kombinasi (Mix Methods)*. Bandung ALFABETA

Sya’roni, D.A.W. dan Sudirham, J.J. 2012. *Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen Teknolog*i*, Fakultas Pascasarjana Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM). Volme 11 No.1.

Tamamudin, 2012. Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, *Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina)*. Jurnal PenelitianVol. 9, No. 2, November 2012. Hlm. 283-300

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2007. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: andi Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta:Penerbit Andi.