ABSTRAK

Annisya.2021.Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Di Akun @Oketo_barbeque (Studi Kasus: Pada Pengikut/*Followers* Akun Instagram @Oketo_barbeque).Pembimbing Dr. H. Sukarni, M.Ag.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi, Promosi, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan banyaknya usaha kuliner yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen untuk dikonsumsi yang menimbulkan beberapa faktor dalam mengambil keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Inovasi serta Promosi baik secara parsial maupun secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada akun *Instagram* @Oketo_barbeque. Jenis penelitian ini menggunakan peneletian kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *Nonprobability Sampling* yang selajutnya menggunakan metode *Sampling Purposive* dengan jumlah populasi 5000 dan didapat sampel 100 menggunakan rumus Slovin.

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda dengan menggunakan *SPSS 22 for windows.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t t_{hitung} 3,830 > t_{tabel} 1,984 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Variabel inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan hasil penelitian t_{hitung} 2,386 > t_{tabel} 1,984 dengan nilai signifikan 0,019 < 0,05. Variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji t t_{hitung} 1,388 < t_{tabel} 1,984 dengan nilai signifikan 0,168> 0,05. Variabel kualitas produk, inovasi produk, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji F F_{hitung} 21,666 > F_{tabel} 2,698 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05.