

## ABSTRAK

Teddy Prayoga : Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan *Selebgram Endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian di Pangestu, 2024  
Ayam Geprek Tanjungpinang.  
Dosen Pembimbing : Hj. Iranita. SE., M.Si  
Imalinda Deryane. S.Pd., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Inovasi Produk, Harga dan *Selebgram Endorsment* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Ayam Geprek Tanjungpinang. Populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Outlet Ayam Geprek Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden, dengan menggunakan metode *non-probability* sampling atau pengambilan sampel secara kebetulan atau insiden (*Accidental sampling*). Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Pada kuisioner dilakukan test validitas dan reliabilitas. Data analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, termasuk uji t, uji F dan determinasi ( $R^2$ ). Penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Variabel Inovasi Produk (X1), Harga (X2) dan *Selebgram Endorsment* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  145,439 dengan nilai  $F_{tabel}$  2,701 mengidentifikasi bahwa Variabel Inovasi Produk (X1), Harga (X2) dan *Selebgram Endorsment* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan uji koefisien determinasi, sekitar 18,6% Variabel Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh Variabel Inovasi Produk (X1), Harga (X2) dan *Selebgram Endorsment* (X3). Sisanya 81,4% dipengaruhi oleh faktor yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

**Kata Kunci :** Inovasi Produk, Harga, *Selebgram Endorsment* dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Teddy Prayoga Pangestu, 2024* : *The Effect of Product Innovation, Price and Celebrity Endorsement on Purchasing Decisions at Ayam Geprek Tanjungpinang.*  
Supervisor : *Hj. Iranita. SE., M.Si*  
*Imalinda Deryane. S.Pd., M.M*

*This study aims to determine whether Product Innovation, Price and Celebrity Endorsement have an influence on Purchasing Decisions at Ayam Geprek Tanjungpinang. The population used is all consumers who have made purchases at the Tanjungpinang Geprek Chicken Outlet. This study used a sample of 100 respondents, using non-probability sampling method or sampling by chance or incident (Accidental sampling). This type of research is quantitative research. In the questionnaire, validity and reliability tests were carried out. Data analysis using multiple linear regression analysis, including t test, F test and determination (R<sup>2</sup>). The results showed that partially the Product Innovation Variable (X1), Price (X2) and Celebgram Endorsment (X3) had a significant effect on Purchasing Decisions (Y). The results of the F test obtained an Fcount value of 145.439 with an Ftable value of 2.701 identify that the Product Innovation Variable (X1), Price (X2) and Endorsment Celebgram (X3) simultaneously have a significant effect on the Purchasing Decision Variable (Y). Based on the determination coefficient test, about 18.6% of the Purchasing Decision Variable (Y) is influenced by the Product Innovation Variable (X1), Price (X2) and Endorsment Celebgram (X3). The remaining 81.4% is influenced by factors not included in this research model.*

**Keywords:** *Product Innovation, Price, celebrity endorsement and purchasing Decisions*