

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN RELIEF UKIRAN BATU PADAS PADA NCASA STONE CURVING GIANYAR

ABSTRAK

Minat beli merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Tujuan dari penelitian adalah untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh persepsi harga dan inovasi produk terhadap minat pembelian relief ukiran batu padas pada Ncasa Stone Curving Gianyar. Objek dalam penelitian ini yaitu pengaruh persepsi harga dan inovasi prosuk terhadap minat beli pada produk ukiran relief batu padas di Ncasa Stone Curving Gianyar. Teknik penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 55 responden. Metode pengumpulan data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian adalah persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada NCasa Stone Curving Gianyar. Hal ini berarti semakin baik persepsi harga konsumen terhadap NCasa Stone Curving Gianyar akan meningkatkan minat beli produk. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada NCasa Stone Curving Gianyar. Hal ini berarti semakin baik inovasi produk yang dimiliki oleh NCasa Stone Curving Gianyar akan meningkatkan minat beli produk.

Kata kunci: *Persepsi harga, inovasi produk, minat pembelian.*

UNMAS DENPASAR