ABSTRAK

Echa Fadila Ardana, NPM : 71220312094, Judul : Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Digital Terhadap Niat Beli UMKM Gula Merah di Dusun Langsat Desa Melati II Kecamatan Perbaungan, Dibimbing oleh : Dr. Tengku Ahmad Helmi., S.E.,M.Si. Sebagai Pembimbing I, dan M.Tahir.,S.E.,M.M. Sebagai Pembimbing II, Skripsi : 2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan promosi digital terhadap niat beli konsumen pada UMKM gula merah di Dusun Langsat Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan. Variabel independent dalam penelitian ini adalah inovasi produk (X1) dan promosi digital (X2), sedangkan variabel dependen adalah niat beli konsumen (Y).

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari 96 responden yang semestinya 100 responden namun dalam proses penelitian lapangan terdapat 4 responden meninggal dunia sehingga responden menjadi 96 orang yang diteliti yang telah memenuhi kriteria sebagai konsumen UMKM Gula Merah Di Dusun Langsat Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan. Data diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert kemudian dianalisis menggunakan metode analisis statistik dengan bantuan perangkat lunak SPSS melalui analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi produk (X1) berpengaruih positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada UMKM Gula Merah di Dusun Langsat Desa Melati II Kecamatan Perbaungan. Promosi digital (X2) berpegaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada UMKM Gula Merah di Dusun Langsat Desa Melati II Kecamatan Perbaungan. Secara simultan, inovasi produk dan promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada UMKM Gula Merah di Dusun Langsat Desa Melati II Kecamatan Perbaungan.

Kata Kunci : inovasi produk, promosi digital, niat beli

ABSTRACT

Echa Fadila Ardana, NPM : 71220312094, ***Title : The Influence of Product Innovation and Digital Promotion on Purchase Intention of Brown Sugar MSMEs in Dusun Langsat, Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan, Supervised by*** **: Dr. Tengku Ahmad Helmi., S.E., M.Si.** ***As Supervisor I, and*** **M.Tahir., S.E., M.M.** ***As Supervisor II, Thesis : 2026***

This study aims to analyze the influence of product innovation and digital promotion on consumer purchase intention in brown sugar MSMEs in Dusun Langsat, Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan. The independent variables in this study are product innovation (X1) and digital promotion (X2), while the dependent variable is consumer purchase intention (Y).

This study employs a quantitative approach. The data used in this study are primary data obtained from 96 respondents, out of a total of 100 respondents. However, during the field research process, 4 respondents died, resulting in a final sample of 96 respondents who met the criteria for brown sugar MSME consumers in Dusun Langsat, Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan. Data were obtained through a Likert-type questionnaire and then analyzed using statistical analysis methods with the aid of SPSS software through descriptive analysis and multiple linear regression.

The results indicate that product innovation (X1) has a positive and significant effect on consumer purchase intention in brown sugar MSMEs in Dusun Langsat, Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan. Digital promotion (X2) has a positive and significant effect on consumer purchase intention at the Brown Sugar MSMEs in Dusun Langsat, Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan. Simultaneously, product innovation and digital promotion have a positive and significant effect on consumer purchase intention at the Brown Sugar MSME in Dusun Langsat, Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan.

Keywords: *product innovation, digital promotion, purchase intention*