

## ABSTRAK

**Dini Hartati, Nim 7143210009. “Pengaruh *Brand Equity* Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau”.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Equity* Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau, dengan jumlah sampel 235 orang dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah melalui kuesioner yaitu dengan cara menyebar kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand equity* terhadap inovasi produk Di Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau, dengan  $t_{hitung} 2,411 > t_{tabel} 1,285$  dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,017, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand equity* terhadap keputusan pembelian Di Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau, dengan  $t_{hitung} 2,110 > t_{tabel} 1,285$  dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,036 (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap keputusan pembelian Di Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau dengan  $t_{hitung} 2,027 > t_{tabel} 1,285$  dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 yaitu 0,044.

**Kata kunci: *Brand Equity*, Inovasi Produk, Dan Keputusan Pembelian**



## ABSTRACT

**Dini Hartati, Nim 7143210009. "The Influence of Brand Equity and Product Innovation on the Purchase Decision at Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau".**

This study aims to determine the effect of brand equity and product innovation on purchasing decisions at Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau, with a total sample of 235 people with a sampling technique using purposive sampling. The data retrieval technique used is through a questionnaire that is by distributing questionnaires.

The results showed that (1) there was a positive and significant influence on brand equity on product innovation at Aroma Bakery & Cake Shop on Jalan Krakatau, with  $t_{count} 2,411 > t_{table} 1,285$  and the significance value was less than 0,05 that was 0,017, (2) there was a positive effect and significant brand equity towards the purchase decision at Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau, with  $t_{count} 2.110 > t_{table} 1,285$  and the signification value smaller than 0.05, which is 0.036 (3) there is a positive and significant influence on product innovation on purchasing decisions at Aroma Bakery & Cake Shop Jalan Krakatau with  $t_{count} 2.027 > t_{table} 1,285$  and the significance value is smaller than 0.05, which is 0.044.

Keywords: Brand Equity, Product Innovation, and Purchasing decision

