

**PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PERUSAHAAN MEBEL
SARI JATI MULIA KLATEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

**Peminatan :
Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh :

MUHAMMAD RIFQI RIFA MULIAWAN

NIM: 1321103536

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

Mei 2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PERUSAHAAN MEBEL
SARI JATI MULIA KLATEN**

Diajukan Oleh
MUHAMMAD RIFQI RIFA MULIAWAN
NIM: 1321103536

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Dharma Klaten
pada tanggal

Pembimbing utama



H. Abdul Hadi, SE, M.Si.
NIK 690 498 200

Pembimbing pendamping



Hj. Anis Marjukah, SE, MM.
NIK 690 994 143

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



Abdul Haris, SE, MM, M.Pd.
NIK 690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PERUSAHAAN MEBEL
SARI JATI MULIA KLATEN**

Diajukan Oleh

MUHAMMAD RIFQI RIFA MULIAWAN

NIM: 1321103536

Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji skripsi Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Pada tanggal

Ketua



H. Arif Julianto SN, SE, M.Si.
NIK 690 301 250

Sekretaris



Abdul Haris, SE, MM, M.Pd.
NIK 690 098 194

Penguji Utama



H. Abdul Hadi, SE, M.Si.
NIK 690 498 200

Penguji Pendamping



Hj. Anis Marjukah, SE, MM.
NIK 690 994 143



Disahkan oleh :
Dekan Fakultas Ekonomi

H. Arif Julianto SN, SE, M.Si.
NIK 690 301 250

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rifqi Rifa Muliawan

NIM : 1321103536

Jurusan/ Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : Pengaruh Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Minat
Beli Konsumen Pada Perusahaan Mebel Sari Jati
Mulia Klaten

adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan Ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, Maret 2017
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rifqi Rifa Muliawan

MOTTO

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua

(Aritoteles)

“Semua impian kita dapat menjadi kenyataan jika kita memiliki keberanian
untuk mengajarnya”

(Walt Disney)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku
2. Rekan-rekan seperjuangan di jurusan Manajemen
3. Almamater

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan YME atas segala berkatnya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN MEBEL SARI JATI MULIA KLATEN”.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi sebagian daripada syarat ujian akhir guna meraih gelar sarjana ekonomi pada Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari bahwa dengan kemampuan yang terbatas baik pengalaman maupun ilmu yang dimiliki, sudah barang tentu skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak.

Penyusunan skripsi ini bukanlah terwujud oleh penulis semata-mata tetapi pihak lain yang telah mendorong dan membantu dalam penyelesaiannya, atas semua bantuan tersebut penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak H. Arif Julianto SN, SE. M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Bapak Abdul Haris, SE, MM, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak H. Abdul Hadi, SE, M.Si., Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Hj. Anis Marjukah, SE, MM., Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Semoga Tuhan membalas amal baik semua pihak yang dengan ikhlas memberikan bantuan dan bimbingan. Meskipun masih banyak kekurangannya, diharapkan skripsi ini memberi manfaat baik bagi pembaca maupun peneliti diantaranya menambah wawasan dan pengetahuan.

Klaten, Maret 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul	4
C. Penegasan Judul	5
D. Pembatasan Masalah	6
E. Perumusan Masalah	6
F. Tujuan Penelitian	6
G. Manfaat Penelitian	7
H. Hipotesis	7
I. Sistematika Penulisan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Manajemen Sumber Daya Manusia	10
B. Tinjauan tentang Harga.....	18
C. Inovasi Produk	23
D. Minat Beli Konsumen	28
E. Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	33
B. Gambaran Umum Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	42
B. Analisis Data.....	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	58
B. Saran-saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	42
Tabel 4.2. Umur Responden	43
Tabel 4.3. Rekapitulasi Pekerjaan Konsumen	44
Tabel 4.4. Pendapatan Perbulan Responden	44
Tabel 4.5 Perhitungan Antar Variabel	45

ABSTRAK

MUHAMMAD RIFQI RIFA MULIAWAN, NIM. 1321103536, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Widya Dharma Klaten. Skripsi. **“PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN MEBEL SARI JATI MULIA KLATEN”**

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk menguji pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten, 2) untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten, 3) untuk menguji pengaruh harga dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten.

Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan kuerioner. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 50 orang konsumen. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu harga (X_1) dan inovasi produk (X_2) serta variabel terikat (Y) yaitu minat beli konsumen. Teknik analisis data dengan analisis korelasi Product Moment.

Dari perhitungan uji t dapat diketahui Untuk X_1 , t hitung = 3,367 yang lebih besar dari t tabel 2,021 untuk $N = 50$ maka kesimpulannya hipotesis diterima atau terbukti kebenarannya untuk variabel harga (X_1). Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dengan minat beli konsumen. Sedangkan Nilai t hitung untuk $X_2 = 2,61$ yang lebih besar dari t tabel 2,021 untuk $N = 50$ maka kesimpulannya hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya untuk variabel inovasi produk (X_2), sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi produk dengan minat beli konsumen.

Keywords : *Harga, Inovasi Produk, Minat Beli Konsumen*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat akan menimbulkan berbagai macam perubahan pola hidup manusia. Dalam hal pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia, maka dituntut pula peningkatan kesejahteraan, sehingga manusia dapat merasa puas dengan keinginan dan kebutuhannya. Kebutuhan dan keinginan manusia itu berbeda-beda karena setiap manusia mempunyai karakter sendiri-sendiri dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, hal tersebut menimbulkan perilaku pembelian terhadap produk juga berbeda. Setiap konsumen akan membeli barang untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya.

Menyadari pemikiran masyarakat yang semakin kritis, akan menimbulkan dampak positif dan negatif, baik bagi produsen maupun konsumen. Sebagai dampak positif bagi produsen dapat membuka pasar baru, dan bagi konsumen yaitu akan membeli produk barang yang berkualitas dari segi mutu, praktis dalam pelayanan, efisien tempat dan waktu serta harga yang terjangkau. Sedang dampak dari para produsen yaitu dengan kebutuhan yang meningkat akan menimbulkan persaingan yang tajam antara sesama produsen. Para produsen akan berlomba-lomba untuk menarik minat para konsumen. Sehingga para konsumen juga terkena dampak negatif seperti membeli produk yang sama tetapi dengan kualitas berbeda.

Sekarang ini mebel sudah merupakan suatu kebutuhan masyarakat yang cukup penting. Mebel sendiri sudah beralih fungsi dari kebutuhan pelengkap rumah menjadi penunjang penampilan sosial yang dapat menunjukkan kelas sosial pemiliknya. Atau bahkan sebagai barang koleksi bagi beberapa orang. Hal tersebut memicu produsen-produsen mebel untuk bersaing dalam menggaet pelanggan. Banyak macam cara dilakukan, seperti peningkatan mutu produk, promosi yang gencar dilakukan sampai persaingan dalam penetapan harga.

Hal yang sangat dikhawatirkan oleh perusahaan adalah kondisi perubahan harga yang setiap saat bisa terjadi. Jika harga produk menjadi mahal maka secara otomatis permintaan barang akan menurun dan sebaliknya jika perubahan harga menjadi semakin murah maka permintaan barang akan naik dengan catatan semua keadaan dan faktor lingkungan eksternal dan internalnya bersifat tetap. Perubahan harga ini nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan suatu barang yang ditawarkan kepada pelanggan.

Persaingan dalam dunia usaha yang semakin meningkat pada gilirannya akan menjadikan harga menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan. Sementara bagi pelanggan harga tersebut haruslah merupakan refleksi produk yang benar-benar bermutu pada tingkat konsumen yang terjangkau dan diupayakan dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan, di samping karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan, harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima

oleh konsumen. Harga yang terlalu tinggi akan membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita termasuk pada katagori barang mewah superior (berkualitas tinggi). Sedangkan jika harga yang kita tawarkan terlalu rendah, maka dapat membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita adalah interior (berkualitas rendah). Jadi, bukanlah hal mudah bagi sebuah perusahaan dalam menentukan harga, perusahaan harus ekstra hati-hati dalam membuat kebijakan terkait dengan harga karwena harga dapat mempengaruhi minat konsumwn dalam membeli suatu barang.

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah inovasi, dimana inovasi produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis, di mana sebagai perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang memusatkan pemilihan waktu pengembangan teknologi dan persaingan. Di era perdagangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi harus mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Jika perusahaan dapat

memperhatikan desain serta membuat inovasi baru maka konsumen akan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut.

Sari Jati Mulia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang usaha mebel. Saat ini memproduksi berbagai macam mebel seperti almari, meja, kursi, kabinet hingga kusen pintu. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik bagi konsumennya yaitu dengan memberikan kualitas yang lebih baik, produk yang lebih murah dan lebih inovatif, pelayanan yang lebih baik dan lain sebagainya. Sebab jika konsumen kurang puas maka kemungkinan konsumen akan beralih ke produk dari perusahaan lain, hal tersebut menyebabkan turunnya angka penjualan yang diikuti berkurangnya pangsa pasar (*market share*) sehingga akan menurunkan laba yang dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri.

Dari uraian di atas penulis tertarik meneliti masalah harga dan inovasi produk yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen dengan judul :
“PENGARUH HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN MEBEL SARI JATI MULIA KLATEN”

B. Alasan Pemilihan Judul

Adapun alasan yang mendasari penelitian judul yang penulis ambil adalah :

1. Alasan subjektif
 - a. Menambah pengetahuan dasar penulis
 - b. Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah harga dan inovasi produk.
2. Alasan Objektif
 - a. Menghemat waktu tenaga dan biaya karena lokasi penelitian mudah dijangkau.
 - b. Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan studi.

C. Penegasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami atau menafsirkan maka dalam penelitian ini dikemukakan penegasan judul sebagai berikut :

1. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan sebagai alat tukar untuk memperoleh sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

2. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah gambaran dari berbagai proses mulai dari konsep suatu ide baru, penemuan baru dan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain.

3. Minat Beli Konsumen

Minat beli konsumen merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan keputusan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

D. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang akan penulis teliti ini akan menjadi kabur maknanya tanpa adanya pembatasan masalah yang mendasarinya. Adapun permasalahan yang penulis ajukan dibatasi pada pengaruh harga dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten.

E. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang, penegasan judul dan pembatasan masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten?
2. Apakah inovasi produk mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten?
3. Apakah harga dan inovasi produk mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai oleh penyusun adalah :

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten.

2. Untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten.
3. Untuk menguji pengaruh harga dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten.

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Pihak Penulis

Sebagai wahana penerapan teori yang selama ini telah diperoleh di bangku kuliah dan memperoleh pengetahuan serta memperoleh pengalaman di lapangan

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijaksanaan dalam hal inovasi produk dan penetapan harga jual agar minat beli konsumen dapat meningkat

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini di harapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang serupa.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang untuk sementara waktu dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar dapat

ditarik suatu konsekuensi logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian atau testing tentang kebenarannya dengan menggunakan data atau fakta hasil penelitian (J. Supranto, 2002 : 42). Adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten
2. Ada pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten
3. Ada pengaruh yang signifikan antara harga dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten.

I. Sistematika Skripsi

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab di mana masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Kelima bab tersebut berisi :

Bab I. Pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, dan sistematika penulisan.

Bab II. Tinjauan Pustaka meliputi pengertian pemasaran, tinjauan tentang harga, inovasi produk dan minat beli konsumen.

Bab III. Metode Penelitian. Pada bab ini berisi tentang metode penelitian, teknik analisis data serta gambaran umum objek penelitian.

Bab IV. Hasil dan Pembahasan. Dalam bab ini akan dianalisa pengaruh antara harga dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia Klaten.

Bab V. Simpulan dan Saran menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan bagi yang bersangkutan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari perhitungan dengan rumus koefisien korelasi diperoleh $r_{x_1y} = 0,437$ dan $r_{x_2y} = 0,353$. Selanjutnya hasil tersebut dikonsultasikan dengan r tabel dengan $N = 50$ pada signifikansi 5% adalah 0,279. Jadi r hitung $>$ r tabel untuk X_1 ($0,437 > 0,279$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan cukup kuat antara harga dengan minat beli konsumen. Sedangkan untuk inovasi produk (X_2), r hitung $>$ r tabel ($0,353 < 0,279$) yang berarti terdapat pengaruh yang positif antara inovasi produk dengan minat beli konsumen.
2. Variabel harga mempunyai nilai koefisien korelasi yang lebih besar dibandingkan dengan variabel inovasi produk, hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat beli konsumen Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia dibandingkan dengan variabel inovasi produk.
3. Dari perhitungan koefisien determinasi didapatkan nilai 26,32%. Hal ini berarti 26,32% minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel harga dan inovasi produk. Sedangkan sisanya yaitu 73,68% minat beli konsumen

Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

4. Dari perhitungan uji t dapat diketahui Untuk X_1 , t hitung = 3,367 yang lebih besar dari t tabel 2,021 untuk $N = 50$ maka kesimpulannya hipotesis diterima atau terbukti kebenarannya untuk variabel harga (X_1). Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dengan minat beli konsumen. Sedangkan Nilai t hitung untuk $X_2 = 2,61$ yang lebih besar dari t tabel 2,021 untuk $N = 50$ maka kesimpulannya hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya untuk variabel inovasi produk (X_2), sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi produk dengan minat beli konsumen.
5. Dari perhitungan didapatkan hasil bahwa F hitung = 8,415 dan F tabel = 3,23 maka H_0 ditolak dan ada hubungan signifikan yang kuat antara variabel harga dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia

B. Saran-saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dukungan teori yang dikemukakan para ahli, penulis akan mengemukakan beberapa saran sebagai berikut.

1. Dari hasil penelitian harga dan inovasi produk menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, maka Perusahaan Mebel Sari Jati

Mulia harus lebih memperhatikan lagi kedua faktor tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan cara selalu mengeluarkan inovasi-inovasi produk baru serta menawarkan harga produk yang sesuai dengan kualitasnya. Apalagi sekarang banyak sekali produk-produk sejenis yang bermunculan di pasaran.

2. Inovasi produk tidak hanya pada desainnya saja, tetapi juga pada bahan dasar, warna dan hal lain yang dapat membedakan produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Mebel Sari Jati Mulia dengan produk dari produsen lain.
3. Diberikan potongan harga khusus bagi pelanggan serta cara pembayaran yang lebih mudah.
4. Diharapkan dalam penelitian-penelitian selanjutnya jumlah responden diperbanyak untuk lebih menambah keakuratan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Anto Dajan. 2008. *Pengantar Metode Statistik*. Jakarta : LP3ES.
- Arikunto, Suharsimi. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Bina Aksara.
- Basu Swastha DH dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Basu Swastha DH. 2006. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : BPFE
- Bayu Triyanto. 2014. Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Seyegan Sport Sleman Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta : UNY.
- Djarwanto P.S. 1994. *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Surakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- J. Supranto. 2002. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen pemasaran*. Edisi Millennium. Jakarta: Prehallindo.
- _____. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, H.N. 2005. *Inovasi Organisasi : Konsep dan Pengukuran*. Usahawan No. 09 th XXXIV September 2005.
- Saladin Djaslim. 2003. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung : Linda Karya.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. 2 ed. Yogyakarta: Andi Offset.