

ABSTRAK

Sasa Siti Nur Syamsiyyah, 2022, Analisis Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Royani Hijab.

Royani Hijab membutuhkan strategi untuk mengembangkan inovasi produk pada usahanya dengan harapan akan meningkatkan minat beli konsumen. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana cara Royani Hijab dalam mengembangkan inovasi produknya serta apa saja indikator-indikator inovasi produk dalam meningkatkan minat beli di Royani Hijab. Untuk meninjau masalah tersebut maka teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori strategi, inovasi produk, dan minat beli konsumen.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data primer dengan teknik pengambilan data melalui wawancara dan dokumentasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini berasal dari pemilik Royani Hijab sendiri serta konsumen yang sedang berkunjung dengan jumlah 18 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara kepada pemilik dan konsumen.

Hasil observasi *interview*/wawancara bersama pemilik dan konsumen menunjukkan bahwa Royani Hijab menggunakan strategi yang baik dalam mengembangkan inovasi produknya, walaupun masih dalam proses dan dilakukan secara bertahap cukup mendapat respon yang baik dari konsumen.

Kata Kunci : Strategi, Inovasi Produk, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Sasa Siti Nur Syamsiyyah, 2022, *Analysis of Product Innovation Strategies in Increasing Consumer Purchase Interest in Royani Hijab.*

Royani Hijab needs a strategy to develop product innovation in its business with the hope that it will increase consumer buying interest. The purpose of this research is to find out how Royani Hijab develops product innovation and what are the indicators of product innovation in increasing buying interest in Royani Hijab. To review this problem, the theory used in this study is strategy theory, product innovation, and consumer buying interest.

The method used is descriptive qualitative method. Primary data sources with data collection techniques through interviews and documentation. Sampling in this study came from Royani Hijab owners themselves and consumers who were visiting with a total of 9 people. The analysis technique used in this study uses interviews with owners and consumers.

The results of interview observations/interviews with owners and consumers show that Royani Hijab uses a good strategy in developing product innovations, although it is still in progress and is being carried out in stages, it has received a good response from consumers.

Keywords: Strategy, Product Innovation, Consumer Purchase Interest