

Abstraksi

Pengaruh kualitas pelayanan dengan indikator *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), dan *empathy* (empati). Harga dengan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Inovasi produk dengan indikator jenis produk, peningkatan kualitas, dan kemasan fitur sangat penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terhadap keputusan pembelian di kelompok UKM Candaria. Dengan mengetahui hubungan tersebut, pemilik UKM Candaria dapat memperkirakan bagaimana respon masyarakat terhadap pelayanan, harga dan inovasi produk yang telah diberikan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*. Sedangkan sampel yang diambil adalah sebagian konsumen UKM Candaria. Data diperoleh melalui kuesioner, observasi dan wawancara. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut diketahui hasil analisis korelasi sebagai berikut : nilai R square 0,121 atau 12,1% dan sisanya sebesar 87,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Inovasi Produk, dan Keputusan Pembelian

