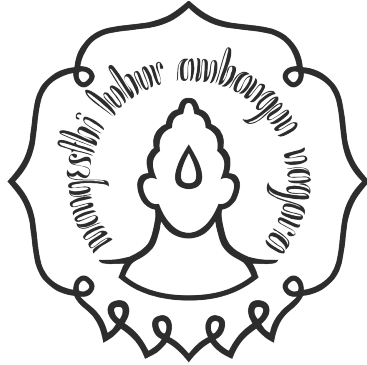


**PENGARUH INOVASI TERHADAP NIAT BELI PRODUK YANG DIMEDIASI  
OLEH SIKAP BELI KONSUMEN**

**(Studi pada Sentra Industri Sepatu Kulit di Jalan Sawo Magetan)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas – tugas dan Memenuhi Syarat – syarat  
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Disusun Oleh:**

**ANGGIT PERMADI**

**F1214011**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**2016**

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH INOVASI TERHADAP NIAT BELI PRODUK YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP BELI KONSUMEN**

**(Studi pada Sentra Industri Sepatu Kulit di Jalan Sawo Magetan)**

**ANGGIT PERMADI**

**NIM. F1214011**

Penelitian ini dilakukan pada sebuah Kerajinan Sepatu Kulit di Jalan Sawo, Kota Magetan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji : 1) pengaruh fitur produk terhadap niat beli konsumen, 2) pengaruh kemasan produk terhadap niat beli konsumen, 3) pengaruh keunikan produk terhadap niat beli konsumen, 4) pengaruh fitur produk terhadap sikap pembelian konsumen, 5) pengaruh kemasan produk terhadap sikap pembelian konsumen, 6) pengaruh keunikan produk terhadap sikap pembelian konsumen, 7) pengaruh sikap pembelian terhadap niat membeli konsumen.

Pada penelitian ini data dari responden diambil menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik *convenience sampling*. Responden dari penelitian ini adalah pengunjung sentra produk kerajinan kulit di Magetan yang memiliki niat untuk membeli. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana inovasi produk kulit yang telah dilakukan oleh IKM di kabupaten Magetan berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada sentra kerajinan kulit di Kota Magetan. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Generalized Structured Component Analysis* (GeSCA).

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa: 1) fitur produk berpengaruh secara positif terhadap niat beli konsumen, 2) kemasan produk berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen, 3) keunikan produk berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen, 4) fitur produk berpengaruh positif terhadap sikap pembelian konsumen, 5) kemasan produk berpengaruh positif terhadap sikap pembelian konsumen, 6) keunikan produk berpengaruh positif terhadap sikap pembelian konsumen, 7) sikap pembelian berpengaruh positif terhadap niat membeli konsumen.

Kekurangan dalam penelitian ini adalah obyek amatan yang terfokus pada kerajinan kulit saja, belum bisa menggambarkan keseluruhan dari IKM lainnya yang ada di Indonesia.

Kata kunci: Fitur Produk, Kemasan Produk, Keunikan, Niat Beli Konsumen, Sikap Beli Konsumen.

## **ABSTRACT**

### **INNOVATION EFFECT TOWARDS INTENTION TO BUY PRODUCTS WITH ATTITUDE AS MEDIATION**

**(A Study on Leather Shoes Craft in Sawo Street Magetan)**

**By:**

**ANGGIT PERMADI**

**F1214011**

*Research was conducted on a Leather Shoes Craft in Jalan Sawo, City of Magetan. This study has the objective to test: 1) the effect of the product features on purchase intention of consumers, 2) the impact of product packaging on purchase intention of consumers, 3) the effect of the uniqueness of the product on the intention to buy the consumer, 4) the effect of the product features on the attitudes of consumer purchases, 5) influence packaging products to consumer purchasing attitude, 6) the effect of the uniqueness of the product to the consumer purchasing attitude, 7) the impact of attitude on the intention to buy by consumer.*

*In this study, data from respondents drawn using non-probability sampling method and convenience sampling technique. Respondents of this research is the visitor of leather products craft from cattle and sheep in Magetan who have the intention to buy. The purpose of this research is to determine the extent to which innovation leather products made by IMK in Magetan district influence on consumer purchase intentions in leather craft centers in the city of Magetan. Test tools used in this study is Generalized Structured Component Analysis (GeSCA).*

*The results of this study stated that: 1) the product features has positive effect on purchase intention of consumers, 2) packaging products has positive influence on purchase intentions of consumers, 3) the uniqueness of the product has positive influence on purchase intentions of consumers, 4) the product features has positive influence on the attitude of the purchase consumers, 5) product packaging has positive influence on consumer purchasing attitude, 6) the uniqueness of the product has positive influence on consumer purchasing attitude, 7) attitude purchases has positive effect on consumer buying intention.*

*The lack of this study is the object of observation focused on cow leather craft course, and it can not represent the rest of other IMK in Indonesia.*

*Keywords: Product Features, Product Packaging, Product Uniqueness, Intention to Buy, Consumer Purchasing Attitude.*