

ABSTRACT

Di era sekarang trend pengembangan bisnis minuman sedikit berubah sebelum orang lebih memilih minuman ringan tapi sekarang sudah diganti dengan minuman sehat, seperti teh. Salah satu yang paling dikenal saat ini di Indonesia adalah Chatime yang selalu termasuk jajaran Top Brand Indonesia beberapa tahun yang lalu. Di Indonesia sendiri Chatime memiliki kompetitor seperti Hop-hop, Shared tea, Calais dan sebagainya. Salah satu cara yang digunakan oleh Chatime untuk bersaing adalah dengan menggunakan inovasi produk.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk adalah 75,36% persentase keputusan pembelian sebesar 76,56% inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan dan memperoleh nilai t hitung 10,860. Dan pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen memiliki pengaruh sebesar 54,6% sedangkan faktor yang tersisa 45,4% seperti harga, Tempat, promosi, distribusi dan lain-lain.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Keputusan Pembelian, Chatime