

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang terjadi seiring dengan pertambahan waktu, menyebabkan munculnya banyak perusahaan baru dalam bidang teknologi dan informasi yang terus bersaing satu sama lain. Maka dari itu, agar tidak kalah dalam bersaing, perusahaan harus berupaya untuk mempertahankan konsumennya. Dan melihat kondisi tersebut, penelitian ini mengandung tujuannya guna menganalisa pengaruh dari persepsi harga serta inovasi produk pada pengambilan keputusan pembelian melalui variable intervening minat beli pada konsumen Apple di Jawa Tengah.

Populasi yang dipergunakan pada penelitian ini yakni konsumen yang mempergunakan produk Apple di Jawa Tengah. Jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah diangka 120 responden. Metode pengumpulan data berlangsung melalui penyebaran kuesioner. Data yang berhasil terkumpulkan kemudian dilakukan pengolahannya mempergunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui aplikasi AMOS 24.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasanya Minat Beli berpengaruh positif pada Pengambilan Keputusan Pembelian. Persepsi Harga berpengaruh positif pada Pengambilan Keputusan Pembelian. Persepsi Harga berpengaruh positif pada Minat Beli. Inovasi Produk berpengaruh positif pada Pengambilan Keputusan Pembelian. Inovasi Produk berpengaruh positif pada Minat Beli.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Inovasi Produk, Minat Beli, dan Pengambilan Keputusan Pembelian