

ABSTRAK

Perkembangan teknologi tentunya tidak dapat di pungkiri dari waktu ke waktu semakin mempengaruhi gaya hidup manusia. Ipad2 merupakan salah satu *gadget* dari Apple yang disambut baik oleh pasar, Ipad2 merupakan sebuah tablet yang menjadi sebuah *lifestyle* baru dikalangan eksekutif muda. Dalam produk Ipad2, konsumen lebih dimudahkan dalam menelusuri internet yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang. Dengan menggunakan Ipad2 maka konsumen mendapat *additional value* berupa kepraktisan produk dan kecanggihan produk dari Ipad2. Desain yang ditawarkan Ipad2 juga sangat elegan dan simple. Penelitian ini di tujukan untuk mengetahui apakah minat beli konsumen dipengaruhi kualitas dan inovasi produk yang dilakukan Apple terhadap produk Ipad2.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah minat beli konsumen, inovasi produk, dan kualitas produk. Dari variabel-variabel tersebut dapat diteliti apakah minat beli konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan inovasi produk. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengguna Ipad2 yang berdomisili di Surabaya. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* dengan *software* Amos. Dilihat dari hasil penelitian yang dicapai kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk Ipad2.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan perhitungan *Structural Equation Model* dengan program Amos 16.0. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan teknik pengambilan sample *Judgment sampling*.

Hasil yang didapat dalam penelitian yang telah dilakukan adalah kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh langsung terhadap minat beli konsumen terhadap produk Ipad2 di Surabaya. Dimana pengaruh kualitas produk lebih besar dibanding inovasi produk terhadap minat beli konsumen Ipad2, hal ini ditunjukkan melalui nilai dari koefisien regresi kualitas produk terhadap minat beli konsumen adalah sebesar 0,816, sedang nilai koefisien regresi inovasi produk terhadap minat beli konsumen adalah sebesar 0,409.

Kata Kunci : Ipad2, Minat Beli Konsumen, Kualitas Produk, Inovasi Produk

ABSTRAK

Developments in technology certainly can't be denied from time to time to influence of human lifestyles. Ipad2 is one of the gadgets from Apple are welcomed by the market; Ipad2 is a tablet into a new lifestyle among young executives. Ipad2 products make consumers a simple way to browse the internet that has become an increasingly growing need of the community. By using Ipad2 product which has additional value then the consumer gets the value of practicality and sophistication of products from Ipad2 products. Ipad2 offered very elegant and simple designs product. This study aimed to determine whether the buying interest of consumers influenced the quality and product innovation to product Ipad2 by Apple.

Variables - variables used in the present study was consumer interest in buying, product innovation, and product quality. These variables can be investigated whether the buying interest of consumers are influenced by product quality and product innovation. The sample used in this study is those users who live in Surabaya which used Ipad2. Data processing method used in this study is Structural Equation Models with Amos software. The results show product quality and product innovation affect consumer interest in purchasing the product Ipad2.

This study uses a quantitative approach using Structural Equation Model calculations with the program Amos 16.0. The numbers of samples used in this study were 100 respondents with Judgement sampling technique.

The results obtained in this research has been done is the product quality and product innovation directly affects the interests of consumers purchasing the product Ipad2 in Surabaya. Where the influence of the product quality is greater than innovations product to the consumer buying interest Ipad2, this is indicated by the value of the regression coefficients of product quality on consumer buying interest amounted to 0.816, while the regression coefficient value of product innovation on consumer buying interest amounted to 0.409.

Keyword: Ipad2, Consumer Buying Interest, Product Quality, Product Innovation