

## ABSTRAK

Saat ini, kebutuhan pembangunan berupa perumahan serta gedung perkantoran di Indonesia meningkat dengan sangat signifikan dan akan terus berlanjut untuk beberapa dekade ke depan. Permintaan akan kebutuhan bangunan ini berkaitan dengan adanya peningkatan penduduk berpenghasilan menengah dan pembangunan ekonomi negara. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan yang semakin ketat antar perusahaan konstruksi perumahan dan bangunan untuk merebut pasar, khususnya untuk memenuhi kebutuhan akan beton. Dalam situasi seperti ini, perusahaan-perusahaan beton akan melakukan berbagai macam cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan beton yang berkualitas baik dan memiliki harga yang bersaing. Keinginan konsumen terhadap suatu produk harus benar-benar dipahami dan dipenuhi oleh perusahaan. Perusahaan manufaktur seperti PT Kinarya Beton Salatiga, harus menciptakan inovasi baru pada produk betonnya untuk menarik para konsumen. Adanya persaingan antar perusahaan yang sangat ketat ini mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memperhatikan beberapa aspek seperti kualitas, harga, dan penampilan produk yang akan dibeli.

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu kualitas produk, inovasi produk, keunggulan bersaing, dan keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk beton “Flyslab” dari PT. Kinarya Beton Salatiga. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan data sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program software *Statistical Package for Social Science (SPSS) 23*.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan hasil  $Y_1 = 0,184 X_1 + 0,592 X_2$ , serta keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil  $Y_2 = 0,544 Y_1$

Kata kunci: kualitas produk, inovasi produk, keunggulan bersaing, dan keputusan pembelian