

ملخص
تحليل أثر ابتكار المنتجات والتدين على قرار الشراء
(دراسج حالة في Waroeng Spesial Sambal ٩١٠٢)

مولنا عابدين

٠٤.٧٠١٤.٥١٠٢.٦٣

تجارة الغذائية هي أحد الشركات التي تتطور حاليا بشكل سريع للغاية ولديها إمكانات كبيرة. وأحد من المفاتيح الرئيسي لجذب المشتريين في اتخاذ قرارات الشراء هو ابتكار المنتج، لذلك يجب أن يتعلم المنتجون مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء كمثل تلبية احتياجات أو رغبات المستهلكين، وحتى المنتجون سيعرفوا النماذج ونوع من المنتجات التي يريدونها. ولكن في عام، أن ابتكار المنتجات لا يتوافق ما طلب من قبل المستهلكين، كمثل نظارة الطعام أي *Fresness*، تقديم الطعام أي *Presentation*، والمطبخ جيداً أي *Well Cooked* وتنوع الأغذية. أما من حيث بعض تدين المستهلكين المسلمين لم يتصرفون بطريقة إسلامية في استهلاك الغذاء.

لذلك، فإن الغرض من هذا البحث هو لمعرفة كيفية تأثير ابتكار المنتجات على قرارات الشراء وكيفية تأثير التدين على قرارات الشراء.

البحث الباحث يستعمل الأساليب الكمية مع أدوات تحليل الانحدار المتعددة، وطريقة استرداد العينة تعني بطريقة الإحصاء، وتأخذ هذه العينة ٧٥ مجيئاً، وجمع البيانات عن طريق توزيع الاستبيانات، لاختبار الفرضية يستخدم الباحث اختبار *t* واختبار *f* بمستوى دلالة ٥٪.

نتائج من هذا البحث بطريقة اختبار *t* هي أن متغير ابتكار المنتج ليس له علاقة بالتأثير على قرارات الشراء بقيمة كبيرة من ٠,٣٣٤ < ٠,٠٠٥، وأن متغير التدين له أثار على قرارات الشراء بقيمة كبيرة ٠,٠٠٢ > ٠,٠٠٥، أما قي إيجابي يأتير على قيمة ٦,٧٨٠ < ٣,١٢ *F Table* وقيمة كبيرة ٠,٠٠٢ < ٠,٠٥، ومتغيران المستقلان لهما أثار في ١٣,٥٪.

الكلمات الرئيسية: ابتكار المنتجات، التدين، قرارات السراء