

Abstrak- Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat besar bagi setiap sektor bisnis di seluruh dunia, termasuk bisnis kuliner di Indonesia. Sebagai sektor primer, sebelum wabah terjadi, persaingan bisnis kuliner sangat ketat. Oleh karena itu, para pelaku usaha kuliner semakin sulit untuk bertahan dan mempertahankan usahanya akibat pandemi. Sebuah toko brownies di Kota Tegal, Indonesia meluncurkan beberapa inovasi produk sebagai respon atas kondisi tersebut. Namun, beberapa di antaranya tidak berhasil. Di sisi lain, penjualannya dari 2020 hingga 2021 tumbuh. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian di toko ini. Dimensi inovasi produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian juga ditemukan. Untuk mengumpulkan data, kuesioner disebarakan kepada 342 pelanggan dengan menggunakan metode purposive sampling. Setelah dilakukan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik, digunakan analisis deskriptif, dan uji regresi linier sederhana untuk menganalisis data. Pada tahap akhir analisis data, dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji-t dan dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi. Ditemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen toko brownies dengan nilai sebesar 79,5 persen. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan analisis faktor untuk mengetahui variabel lain selain inovasi produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.