

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KUEY
HEALTHY DESSERT DI KABUPATEN SIDOARJO**



Oleh :

FARAH NABILAH
NBI : 1212000197

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KUEY
HEALTHY DESSERT DI KABUPATEN SIDOARJO**



Oleh :

Farah Nabilah
NBI: 1212000197

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KUEY HEALTHY
DESSERT DI KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

**Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

FARAH NABILAH

NBI : 1212000197

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Farah Nabilah
NBI : 1212000197
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuey *Healthy Dessert* di Kabupaten Sidoarjo

Surabaya, 22 Desember 2023

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing



Drs. Ec. Sigit Santoso M.M

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pada Tanggal : 5 Januari 2023

TIM PENGUJI:

1. Dr. Endah Budiarti, M.Si
2. Drs. Ec. Sigit Santoso, M.M
3. Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, S.T., MBA

TANDA TANGAN

-Ketua

-Anggota

-Anggota

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Farah Nabilah
2. NBI : 1212000197
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515087006010002
6. Alamat Rumah (KTP) : Lebo RT 14 RW 04 Sidoarjo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KUEY *HEALTHY DESSERT* DI KABUPATEN SIDOARJO”**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyudur dari karya tulis ilmiah orang lain baik Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 19 Januari 2024

Yang Membuat,



(Farah Nabilah)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Farah Nabilah
NBI : 1212000197
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul: “Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuey *Healthy Dessert* di Kabupaten Sidoarjo”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 22 Januari 2024

Yang Menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh Pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, saya banyak mendapatkan bantuan dari pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Sigit Santoso M.M Selaku pembimbing saya dalam melaksanakan penelitian ini dan telah memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasan. Terimakasih atas waktu yang telah diberi untuk membimbing dan mengoreksi serta memberikan saran pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAL Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, Msi., Ak., Ca. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan selama menempuh proses perkuliahan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak membantu saya serta memberikan kesempatan dan telah mendorong untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Bapak Misnan dan Ibu Siana Selaku kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, doa, kasih sayang, biaya, serta fasilitas kepada saya selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini. Kakak kandung saya Teguh Firmansyah beserta istri Fitria Juwita dan keponakan saya Pratama Wirayudha Ramadhan yang merupakan penyemangat saya untuk selalu berusaha mencapai kesuksesan kelak.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah banyak sekali membantu saya dalam proses administrasi dari awal perkuliahan hingga dilaksanakannya ujian skripsi ini.

7. Untuk Keluarga Besar ORKEM D.304 Khususnya HIMAJEMEN'21 dan BEM FEB'22 terimakasih sudah memberikan tempat, pengalaman dan kesempatan untuk selalu berproses dan bisa menemukan keluarga baru serta mencari kepercayaan diri, banyak sekali hal-hal yang dipelajari selama mengikuti organisasi banyak hal yang tidak bisa diungkapkan menggunakan kata-kata. Terimakasih atas rasa senang, sedih, bangga, kenangan yang banyak sekali semasa perkuliahan.
8. Ibu Dini Kusuma Dewi selaku pemilik usaha Kuey *Healthy Dessert* Sidoarjo yang sudah membantu dalam pengambilan data penelitian ini.
9. Untuk Dwi Anggraeni, Kornelia, Sinta Dewi Anggraeni, Revina Febrianti, Firda Nur dan Cinta Kusuma selaku sahabat saya sejak awal perkuliahan terimakasih sudah menjadi tempat saya berkeluh kesah serta selalu bersedia memberikan solusi atas curahan hati dan kegundahan saya semasa perkuliahan serta penulisan skripsi ini.
10. Untuk PalconManagement'20 selaku teman bisnis saya sekaligus kakak-kakak online saya yang berisikan 20 orang dan tidak dapat menyebutkan satu-satu terimakasih banyak atas dukungan selama masa perkuliahan saya sejak awal masuk Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hingga penulisan skripsi ini. Banyak nasihat dan bimbingan yang membangun dan selalu menjadi penyemangat saya dalam melakukan kegiatan apapun dalam semasa kuliah dan penulisan skripsi ini.
11. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang sudah mampu berjuang dan kuat sampai saat ini dengan menempuh pendidikan serta bekerja selama masa perkuliahan, terimakasih juga untuk orang-orang yang selalu baik disekeliling saya dan sudah banyak membantu, mendukung, menasihati, dan menguatkan saya selama ini masa perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

Dengan ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena hal tersebut tidak lepas dari kelemahan dan keterbatasan penulis. Penulis berharap agar skripsi ini berguna sebagai temabahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dijadikan implikasi selanjutnya bagi mahasiswa.

Surabaya, 18 Desember 2023


Farah Nabilah

RINGKASAN

Kuey *healthy dessert* merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang industry kuliner yang didirikan pada tahun 2023 bulan Fberuari oleh ibu Dini yang berlokasikan di Sidoarjo. Terdapat 2 ukuran box dan cup serta memiliki 3 rasa dengan topping yang berbeda yaitu pertama, *choco elixir* dengan topping kacang almond, yang kedua *matcha serenity* dengan topping muesli tinggi protein, sedangkan yang ketiga ada *cheese bliss* dengan topping kerju cheddar rendah lemak.

Adapun tujuan penelitian yang dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan adalah membuktikan dan menganalisis Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuey *Healthy Dessert* di Kabupaten Sidoarjo. Metode penentuan sampel menggunakan rumus rao purba dengan Teknik accidental sampling. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 97 orang responden. Metode analisis penelitian ini yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji f, uji koefisien determinasi (R^2), dan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 29.

Berdasarkan hasil penelitian ini, uji parsial atau uji t variabel inovasi produk (X1) diperoleh H1 sebesar 2.559 dengan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$, artinya variabel inovasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian. Promosi (X2) diperoleh H2 sebesar 3.051 dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$, artinya variabel promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian. Persepsi Harga (X3) diperoleh H3 sebesar 2.983 dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$, artinya variabel persepsi harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian. Dapat diketahui nilai H4 sebesar 33.278 dengan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,001 yang berarti $< 0,05$, artinya variabel inovasi produk, promosi, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan rujukan dan penunjang dasar dalam pengambilan Keputusan untuk produk Kuey *Healthy Dessert* yang berkaitan dengan Inovasi Produk (X1), Promosi (X2), Persepsi Harga (X3). Selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan baru mengenai Inovasi Produk (X1), Promosi (X2), Persepsi Harga (X3) pada Produk Kuey *Healthy Dessert* di Kabupaten Sidoarjo.

SUMMARY

Kuey healthy dessert is a Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) engaged in the culinary industry which was founded in February 2023 by Mrs. Dini who is located in Sidoarjo. There are 2 box and cup size and has 3 flavors with different toppings, namely the first, choco elixir with almond topping, the second match serenity with high protein muesli topping, while the third is cheese bliss with low-fat cheddar work topping.

The research objectives achieved in accordance with the formulation of the problems that have been described are to prove and analyze the effect of product innovation, promotion, and price perceptions on purchasing decisions for kuey healthy dessert products in Sidoarjo regency. The sample determination method uses the rao purba formula with accidental sampling technique. The population in this study were 97 respondents. The analysis methods used in this study are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, t test, f test coefficient of determination (R^2) test, and multiple linear regression using SPSS version 29.

Based on the result of this study, a partial test or t test of the product innovation variable (X_1) obtained H_1 of 2.559 with a significant value of $0,012 < 0,05$, meaning that the product innovation variable has a significant and positive effect on purchasing decisions. Promotion (X_2) obtained H_2 of 3.051 with a significant value of $0,003 < 0,05$, meaning that the promotion variable has a significant and positive effect on purchasing decisions. Price Perception (X_3) obtained H_3 of 2,983 with a significant value of $0.004 < 0.05$, meaning that the price perception variable has a significant and positive effect on purchasing decisions. It can be seen that the value of H_4 is 33,278 with a significant probability value of 0.001, which means < 0.05 , meaning that the variables of product innovation, promotion, and price perception simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

This research is expected to be able to serve as a reference material and basic support in making decisions for Kuey Healthy Dessert products related to Product Innovation (X_1), Promotion (X_2), Price Perception (X_3). In addition, this study is expected to be able to provide new knowledge and insights regarding Product Innovation (X_1), Promotion (X_2), Price Perception (X_3) on Kuey Healthy Dessert Products in Sidoarjo Regency.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel inovasi produk, promosi, dan persepsi harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk *Kuey Healthy Dessert* di Kabupaten Sidoarjo dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang responden. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara penyebaran kuesioner. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 29. Teknik analisis yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu Regresi Linier Berganda, untuk pengujian hipotesis menggunakan Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2), kemudian uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas, selain itu ada uji instrumen adalah Uji Validitas dan uji Reabilitas. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Uji F secara simultan seluruh variabel independen bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Sedangkan untuk hasil penelitian Uji t atau parsial variabel inovasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, variabel promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dan variabel persepsi harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Promosi, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to test whether the variables of product innovation, promotion, and price perception affect the purchase decision of Kuey Healthy Dessert products in Sidoarjo Regency with a sample size of 97 respondents. The data collection method used is by distributing questionnaires. The analysis technique needed in the study is multiple linear regression, for hypothesis testing using the T test, F test and Coefficient of Determination (R^2), then the classical assumption test consist of normality test, Multicollinearity test, and Heteroscedasticity test, besides that there is an instrument test is validity test and reliability test. The result showed that the F test simultaneously all independent variabel together had an effect on the dependent variable, namely the purchase decision. While for the result of the T test research or partial product innovation variables have a significant and positive effect on purchasing decisions, promotional variable have a significant and positive effect on purchasing decisions and price perception variables have a significant and positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Product Innovation, Promotion, Price Perception, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN	x
SUMMARY	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	7
2.1.3 Inovasi Produk.....	8
2.1.3.1 Dimensi Inovasi Produk.....	9
2.1.3.2 Faktor-Faktor Inovasi Produk	9
2.1.3.3 Indikator Inovasi Produk.....	10
2.1.4 Promosi.....	11
2.1.4.1 Dimensi Promosi.....	12
2.1.4.2 Faktor-Faktor Promosi	12
2.1.4.3 Indikator Promosi.....	13
2.1.5 Persepsi Harga.....	14
2.1.5.1 Dimensi Persepsi Harga	14
2.1.5.2 Faktor-Faktor Persepsi Harga.....	15
2.1.5.3 Indikator Persepsi Harga	16

2.1.6	Keputusan Pembelian.....	16
2.1.6.1	Dimensi Keputusan Pembelian	17
2.1.6.2	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	18
2.1.6.3	Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Hubungan Antar Variabel	22
2.3.1	Hubungan Antara Inovasi Produk Dengan Keputusan Pembelian	22
2.3.2	Hubungan Antara Promosi Dengan Keputusan Pembelian	23
2.3.3	Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian	23
2.4	Kerangka Konseptual	24
2.5	Hipotesis	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3	Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1	Jenis Data.....	29
3.3.2	Sumber Data	29
3.4	Populasi dan Sampel	30
3.4.1	Populasi.....	30
3.4.2	Sampel	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	31
3.6.1	Definisi Variabel	31
3.6.2	Definisi Operasional	32
3.7	Proses Pengolahan Data.....	33
3.8	Metode Analisa Data	34
3.8.1	Uji Instrumen	34
3.8.1.1	Uji Validitas.....	34
3.8.1.2	Uji Realibilitas	34
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.2.1	Uji Normalitas.....	34
3.8.2.2	Uji Multikolinieritas.....	35
3.8.2.3	Uji Heteroskedasitas.....	35
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	35

3.9.1	Teknik Pengujian Hipotesis	35
3.9.1.1	Uji t (Parsial).....	35
3.9.1.2	Uji F (Simultan)	35
3.9.1.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.9.2	Analisis Data.....	36
3.9.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	Karakteristik Responden	37
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk (X1).....	39
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	40
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X3).....	41
4.2.5	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	42
4.3	Uji Instrumen	42
4.3.1	Uji Validitas	42
4.3.2	Uji Realibilitas.....	44
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1	Uji Normalitas	45
4.4.2	Uji Multikolinieritas	46
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.5	Analisis Data	47
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.6	Pengujian Hipotesis	48
4.6.1	Uji t (Parsial)	48
4.6.2	Uji F (Simultan).....	50
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.7	Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	51
4.7.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.7.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.7.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.8	Implikasi Penelitian	53
4.9	Keterbatasan Penelitian	53
BAB V PENUTUP		55
5.1	Simpulan.....	55
5.2	Saran	55

DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Terjual Produk Kuey Healthy Dessert.....	1
---	---

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert 5 poin	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.4 Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel Inovasi Produk (X1).....	39
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel Promosi (X2).....	40
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel Persepsi Harga (X3).....	41
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X1).....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3)	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolineritas.....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisita	47
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial).....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan)	50
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2 Data Tabulasi	66
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden	77
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	78
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas	82
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....	83
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinieritas	84
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Lampiran 9 Hasil Regresi Linier Berganda.....	86
Lampiran 10 Hasil Uji t.....	87
Lampiran 11 Hasil Uji F.....	88
Lampiran 12 t Tabel	89
Lampiran 13 F Tabel	90
Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	96
Lampiran 15 Kartu Bimbingan	97
Lampiran 16 Hasil Turnitin Perpustakaan.....	98