

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh inovasi, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada minuman Chatime dikota depok

---

Kuesioner ini ditujukan kepada Saudara/Saudari yang pernah melakukan pembelian pada minuman Chatime.

**Petunjuk pengisian:** Isilah pertanyaan berikut sesuai dengan diri Anda, berilah tanda (X) pada pertanyaan yang merupakan pertanyaan pilihan. Pertanyaan dengan tanda \*, merupakan pertanyaan yang wajib diisi oleh responden.

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang merupakan jawaban yang mewakili Anda.

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. RG : Ragu-ragu
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Semakin besar angka atau semakin kekanan jawaban yang Anda pilih menunjukkan bahwa Anda semakin setuju dengan pertanyaan yang diberikan.

#### **PERTANYAAN SARINGAN**

Apakah Anda Sudah Pernah Melakukan Pembelian pada Minuman Chatime?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak (mohon tidak melanjutkan, terimakasih atas partisipasinya) <input type="checkbox"/> Ya
--	---

Apakah Anda Merupakan Konsumen yang Berdomisili Di Kota Depok?	<input type="checkbox"/> Tidak (mohon tidak melanjutkan, terimakasih atas partisipasinya)
--	---

### **IDENTITAS RESPONDEN**

**Petunjuk pengisian:** Isilah pertanyaan berikut sesuai dengan diri Anda, berilah tanda (X) pada pertanyaan yang merupakan pertanyaan dengan pilihan.

Nama responden Usia	
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Status	<input type="checkbox"/> pelajar <input type="checkbox"/> mahasiswa <input type="checkbox"/> karyawan <input type="checkbox"/> wirausaha
Seberapa sering anda membeli minuman Chatime?	<input type="checkbox"/> 2 - 3 Kali Setahun <input type="checkbox"/> 2 – 3 Kali Semester <input type="checkbox"/> 2 – 3 Kali Sebulan <input type="checkbox"/> 2 – 3 Kali Seminggu

Kuesioner bagian identitas responden dan kolom pertanyaan yang berkaitan dalam penelitian wajib di isi. Seluruh identitas dan jawaban saudara/I akan dijamin kerahasiaannya dan akan digunakan sebaik mungkin dalam penelitian ini.

**DAFTAR PERTANYAAN**

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	RG	S	SS
	<b>Variabel Keputusan pembelian</b>					
	<b>Pemilihan produk</b>					
1	Konsumen tertarik dengan minuman chatime					
2	Outlet minuman chatime menyediakan banyak rasa untuk konsumen					
	<b>Pemilihan merek</b>					
3	Konsumen memilih chatime apabila dibandingkan dengan minuman kekinian lain					
4	Konsumen percaya terhadap produk yang ditawarkan Chatime					
	<b>Waktu pembelian</b>					
5	Konsumen berkunjung ke outlet Chatime saat bertemu teman kerja atau saudara					
6	Konsumen melakukan pembelian saat hari weekend					
	<b>Variabel inovasi</b>					
	<b>Pembaruan produk</b>					
7	Jenis menu yang disediakan cukup inovatif					
8	Perubahan varian rasa rutin dilakukan untuk menarik konsumen membeli					
	<b>Pembaruan teknologi</b>					

9	Pembayaran dengan cara cashless(tanpa uang tunai) efektif mencegah antrian konsumen					
10	Proses pembelian minuman Chatime menggunakan QR kode mempermudah konsumen agar produk tidak tertukar					
	<b>Variabel promosi</b>					
	<b>Iklan</b>					
11	Konsumen mendapatkan pemberitahuan secara online mengenai Chatime yang menarik untuk membeli produk Chatime					
12	Konsumen tertarik dengan reklame(papan iklan) yang dibuat Chatime					
	<b>Pameran atau event</b>					
13	Chatime mengadakan kelas minuman bagi konsumen Chatime					
14	Konsumen chatime tertarik dengan pengalaman pelayan dalam menyajikan minuman secara online					
	<b>Potongan harga atau diskon</b>					
15	Chatime memiliki bundling(dua produk, satu kemasan) yang ditawarkan untuk pembelian minuman chatime					
16	Chatime menyediakan harga diskon untuk konsumen Chatime					
	<b>Variable kualitas produk</b>					
	<b>Kinerja produk</b>					
17	Kualitas produknya terjamin dan tidak mengecewakan konsumen					

18	Jenis produk dan desain beraneka ragam					
	<b>Daya tahan produk</b>					
19	Kualitas produknya masih bisa dikonsumsi setelah 1 hari pembelian					
20	Kemasan produk cukup bagus dan tidak mudah rusak					
	<b>Konsistensi produk</b>					
21	Kualitas produknya bagus dibandingkan kualitas produk pesaingnya					
22	Chatime memiliki kualitas produk yang baik sehingga disukai oleh konsumennya					

## Data Kuesioner 100 Responden

## A. Variabel Keputusan Pembelian

NO	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6
1	5	5	5	5	2	2
2	5	5	5	5	5	5
3	3	4	5	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	3	3	4
6	5	5	4	5	5	5
7	4	4	4	4	3	3
8	4	4	3	4	4	4
9	4	4	4	4	4	3
10	4	5	5	4	5	5
11	4	5	3	4	3	3
12	5	5	5	5	2	3
13	4	5	4	4	4	4
14	4	4	5	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4
16	5	5	5	4	4	5
17	1	5	5	5	5	5
18	3	5	3	5	5	3
19	5	5	2	5	5	5
20	4	5	2	4	3	3
21	3	4	5	5	1	3
22	4	4	3	4	4	2
23	4	4	3	4	4	4
24	4	4	2	3	3	3
25	5	4	1	4	3	5
26	5	5	3	4	3	3
27	4	4	1	4	2	2
28	2	5	3	3	4	4
29	4	4	4	4	3	4
30	4	5	2	3	1	4
31	4	4	5	4	3	4
32	5	5	5	5	5	5
33	4	4	4	3	5	4
34	5	5	5	4	2	4

35	2	4	2	4	4	4
36	4	5	4	5	5	3
37	4	4	4	5	4	4
38	5	5	3	4	3	3
39	4	5	4	4	5	4
40	4	4	3	3	3	3
41	4	5	4	4	3	4
42	5	5	5	5	5	4
43	4	5	2	5	2	3
44	3	4	3	3	4	4
45	4	5	4	5	4	4
46	4	4	2	2	3	5
47	5	5	5	5	1	1
48	4	4	3	4	3	2
49	4	4	3	4	4	3
50	4	5	4	4	2	2
51	3	5	3	4	1	1
52	4	4	4	4	4	5
53	5	5	4	4	4	4
54	4	5	3	5	2	4
55	3	4	2	4	2	4
56	4	5	3	3	2	4
57	5	4	4	4	4	5
58	2	3	3	4	3	4
59	5	4	5	4	3	3
60	4	4	4	4	4	4
61	5	5	3	3	2	1
62	3	4	3	4	4	2
63	4	4	3	4	2	3
64	4	5	4	5	4	3
65	4	4	2	3	2	3
66	4	5	5	4	4	4
67	2	5	2	4	5	3
68	4	4	2	2	4	2
69	3	4	2	4	2	4
70	5	5	5	5	5	5
71	4	5	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4
73	5	5	3	4	1	1
74	4	4	3	4	2	2
75	4	5	3	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4
77	5	5	3	4	5	5

78	4	5	1	4	1	1
79	3	5	2	3	3	2
80	5	4	4	2	1	2
81	5	5	5	5	2	4
82	3	5	2	4	2	2
83	4	4	3	4	2	3
84	4	4	4	4	2	3
85	4	5	4	4	3	2
86	5	5	4	5	4	5
87	4	5	5	4	4	3
88	5	5	5	5	5	5
89	4	5	3	4	2	2
90	5	5	5	5	4	5
91	4	4	4	4	3	3
92	4	5	4	5	4	5
93	5	5	5	5	4	5
94	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	4	4	3
96	2	1	1	2	1	2
97	1	2	1	2	2	1
98	2	3	3	2	2	2
99	2	1	1	2	1	2
100	2	1	1	2	1	1

## B. Variable Inovasi

NO	I7	I8	I9	I10
1	5	5	5	5
2	3	3	3	3
3	4	4	5	5
4	4	4	4	5
5	4	3	3	4
6	5	5	5	4
7	5	4	4	4
8	4	4	4	5
9	4	4	3	4
10	5	4	5	5
11	5	4	4	4
12	4	4	4	4
13	4	5	5	4
14	4	4	4	4



15	4	4	4	4
16	5	5	5	5
17	5	5	1	1
18	5	5	5	5
19	5	5	5	5
20	5	3	4	3
21	4	2	4	3
22	3	4	4	4
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	5	5	5
26	4	4	4	4
27	4	3	3	2
28	1	3	4	3
29	4	4	4	4
30	4	2	5	5
31	4	5	5	4
32	5	5	5	5
33	4	3	4	5
34	5	5	2	4
35	4	4	4	4
36	5	5	5	5
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	4	5	5	5
40	4	4	3	3
41	4	5	4	4
42	5	4	5	5
43	4	4	2	4
44	4	4	4	4
45	5	3	5	4
46	4	5	4	4
47	5	5	5	5
48	4	4	3	3
49	4	4	4	4
50	5	5	5	5
51	5	4	3	3
52	4	5	3	5
53	4	4	5	3
54	5	4	3	4
55	4	4	5	5
56	4	4	3	5
57	4	4	4	3

58	3	5	5	5
59	4	5	4	5
60	5	5	5	4
61	5	3	3	5
62	4	3	5	4
63	4	4	5	5
64	5	4	5	5
65	3	3	4	4
66	4	4	4	4
67	4	4	3	3
68	5	2	4	4
69	4	3	2	4
70	5	5	5	5
71	5	5	5	5
72	4	4	4	4
73	4	3	5	5
74	4	3	4	4
75	4	4	3	3
76	4	4	4	4
77	5	5	5	5
78	5	5	5	5
79	3	4	4	3
80	5	3	2	4
81	5	4	5	5
82	4	4	4	4
83	4	5	4	3
84	3	3	4	4
85	5	4	5	5
86	5	4	2	4
87	4	5	4	4
88	5	5	5	5
89	5	5	4	4
90	5	5	5	5
91	4	4	4	4
92	5	5	5	5
93	5	5	5	5
94	5	5	2	5
95	4	4	4	4
96	3	2	2	3
97	1	2	2	2
98	2	1	2	1
99	2	3	2	2
100	2	2	2	2

### C. Variabel Promosi

NO	P11	P12	P13	P14	P15	P16
1	5	5	5	5	5	4
2	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	2	4	5
4	5	5	4	3	5	5
5	4	4	3	3	3	4
6	5	4	5	4	5	5
7	4	4	4	4	4	4
8	2	3	2	1	4	3
9	4	4	4	4	4	4
10	4	5	3	4	4	5
11	4	4	3	4	3	4
12	4	4	4	4	3	3
13	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	5	4
15	3	4	4	3	3	4
16	5	4	4	5	4	5
17	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5
19	5	5	4	4	4	4
20	2	3	3	3	4	3
21	2	3	3	2	3	3
22	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4
24	3	3	3	3	3	3
25	1	3	5	4	3	5
26	5	4	2	2	3	4
27	2	4	4	3	3	4
28	4	3	3	4	4	3
29	4	4	4	4	4	4
30	1	1	4	5	4	4
31	4	4	4	4	4	5
32	5	5	5	5	5	5
33	4	3	4	5	4	4
34	2	4	3	4	4	4
35	2	2	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5
37	4	5	4	4	4	4

38	3	3	3	3	3	4
39	5	5	5	4	3	4
40	4	3	4	5	4	3
41	4	4	4	4	4	4
42	5	4	5	4	5	4
43	4	3	4	4	3	4
44	4	3	4	3	4	5
45	4	4	5	4	4	5
46	4	4	5	5	4	5
47	5	5	5	5	5	5
48	2	2	3	3	4	5
49	3	3	3	3	3	3
50	4	4	3	4	4	5
51	3	2	1	3	3	3
52	4	4	1	4	3	5
53	3	4	3	4	5	4
54	3	5	4	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4
56	3	4	4	4	5	5
57	4	3	4	4	4	5
58	2	4	4	4	4	3
59	4	3	3	3	5	5
60	5	4	4	4	5	5
61	3	2	3	3	5	4
62	3	3	3	3	3	4
63	2	4	1	3	3	4
64	5	4	4	4	4	4
65	3	3	3	3	4	5
66	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	5
68	4	2	4	4	4	4
69	4	4	5	4	4	5
70	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4
73	4	5	3	3	4	5
74	4	3	2	3	3	3
75	3	4	3	3	4	5
76	4	4	4	4	5	4
77	4	5	3	5	4	5
78	4	2	4	4	4	4
79	4	3	4	3	4	5
80	3	2	5	1	4	3

81	5	5	5	5	5	5
82	2	3	3	3	4	3
83	2	4	2	2	3	4
84	3	2	3	4	4	4
85	3	2	4	4	4	5
86	4	4	5	5	5	3
87	4	5	4	4	4	5
88	5	5	5	5	5	5
89	5	5	4	5	5	4
90	4	4	3	4	5	5
91	4	3	3	3	3	3
92	5	5	5	5	5	5
93	5	4	4	4	5	5
94	4	2	2	2	5	5
95	4	4	4	4	4	4
96	3	2	3	2	2	2
97	2	1	2	2	2	1
98	2	2	2	3	2	2
99	3	1	2	2	1	3
100	2	3	2	3	2	3

#### D. Variabel Kualitas Produk

NO	kp17	kp18	kp19	kp20	kp21	kp22
1	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4
3	3	5	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5	4
5	4	4	3	3	3	4
6	5	5	5	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4
8	5	5	3	4	5	5
9	5	5	5	5	4	4
10	5	4	4	4	4	5
11	4	4	4	4	3	4
12	4	4	3	4	4	4
13	4	4	4	4	5	4
14	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4
16	5	5	4	4	4	5
17	5	5	5	5	5	5

18	5	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	3	3	4
21	5	4	4	4	5	5
22	4	4	3	3	3	4
23	5	5	3	4	4	5
24	4	4	4	4	4	4
25	5	5	1	5	3	5
26	5	4	3	4	3	4
27	3	2	3	3	4	5
28	5	3	4	4	4	5
29	5	4	3	4	4	4
30	4	4	5	5	4	3
31	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5
33	4	4	5	4	3	5
34	4	5	1	4	4	5
35	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5
37	4	4	5	4	5	4
38	4	4	4	5	5	4
39	4	3	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4
41	4	4	3	4	4	4
42	5	4	5	5	4	4
43	5	5	4	4	2	4
44	3	4	3	3	3	4
45	4	4	3	4	4	4
46	5	4	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5
48	4	4	3	3	3	4
49	4	4	4	4	4	4
50	4	4	2	3	4	4
51	5	5	3	3	4	4
52	5	4	3	5	4	5
53	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	4	4	5
55	4	4	4	4	4	4
56	5	5	3	4	4	4
57	4	5	4	3	3	4
58	4	4	4	4	4	4
59	5	4	2	5	4	5
60	4	5	5	5	4	5

61	5	3	5	3	3	3
62	3	4	2	3	3	4
63	4	4	3	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5
65	4	3	3	3	3	3
66	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	2	4
68	4	5	4	4	3	4
69	4	2	1	3	3	4
70	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4
73	4	4	2	5	5	4
74	4	4	2	3	3	4
75	4	5	4	5	4	4
76	4	4	4	4	4	4
77	4	5	3	3	3	4
78	4	4	5	5	3	5
79	4	5	4	4	3	4
80	2	4	1	4	2	1
81	5	5	5	5	5	5
82	4	4	2	4	3	4
83	4	4	4	2	2	4
84	4	3	3	3	3	4
85	5	5	3	5	5	4
86	5	5	5	5	2	5
87	4	5	3	3	3	4
88	5	5	5	5	5	5
89	5	5	4	4	4	5
90	5	5	4	5	4	5
91	4	4	3	3	3	3
92	5	5	5	5	5	5
93	5	5	4	5	5	5
94	5	5	4	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4
96	1	1	1	2	1	2
97	2	2	3	2	1	2
98	2	2	3	1	1	1
99	2	1	1	2	2	2
100	4	2	2	2	1	2

### Hasil Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia	Frekuensi	Presentase
1	13 - 18 tahun	6 orang	6%
2	19 - 24 tahun	61 orang	61%
3	25 - 30 tahun	24 orang	24%
4	>31 tahun	9 orang	9%
Jumlah		100 orang	100%

Sumber: Data diolah

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki – laki	54 orang	54%
2	Perempuan	46 orang	46%
Jumlah		100 orang	100%

Sumber: Data diolah

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

NO	Status	Frekuensi	Presentase
1	Pelajar	6 orang	6%
2	Mahasiswa	61 orang	61%
3	Karyawan	24 orang	24%
4	Wirausaha	9 orang	9%
Jumlah		100 orang	100%

Sumber: Data diolah

d. Karakteristik Responden Berdasarkan seberapa sering melakukan pembelian minuman Chatime

NO	Kategori Pembelian	Frekuensi	Presentase
1	2 – 3 kali setahun	16 orang	16%
2	2 – 3 kali semester	51 orang	51%
3	2 – 3 kali sebulan	28 orang	28%
4	2 – 3 kali seminggu	5 orang	5%
Jumlah		100 orang	100%

Sumber: Data diolah



**Lampiran 4****Hasil Analisis Deskriptif**

## a. Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian

<b>Keputusan Pembelian</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>RG</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Total</b>	<b>indeks</b>
KP1	2	8	10	52	28	100	79,2
KP2	3	1	2	41	53	100	88
KP3	7	14	27	28	24	100	69,6
KP4	0	8	12	55	25	100	79,4
KP5	10	21	19	33	17	100	65,2
KP6	7	16	24	33	20	100	68,6
<b>Rata-Rata Total Indeks</b>							<b>75</b>

Sumber: Data diolah

## b. Hasil Jawaban Responden Terhadap Inovasi

<b>Inovasi</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>RG</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Total</b>	<b>Indeks</b>
17	2	3	7	51	37	100	83,6
18	1	6	16	44	33	100	80,4
19	1	11	13	39	36	100	79,6
110	2	4	14	43	37	100	81,8
<b>Rata-Rata Total Indeks</b>							<b>81,35</b>

Sumber: Data diolah

## c. Hasil Jawaban Responden Terhadap Promosi

Promosi	STS	TS	RG	S	SS	Total	Indeks
P11	2	14	17	44	23	100	74,4
P12	3	12	21	42	22	100	73,6
P13	3	9	25	42	21	100	73,8
P14	2	8	24	46	20	100	74,8
P15	1	4	20	48	27	100	79,2
P16	1	2	17	40	40	100	83,2
<b>Rata-Rata Total Indeks</b>							<b>76,5</b>

Sumber: Data diolah

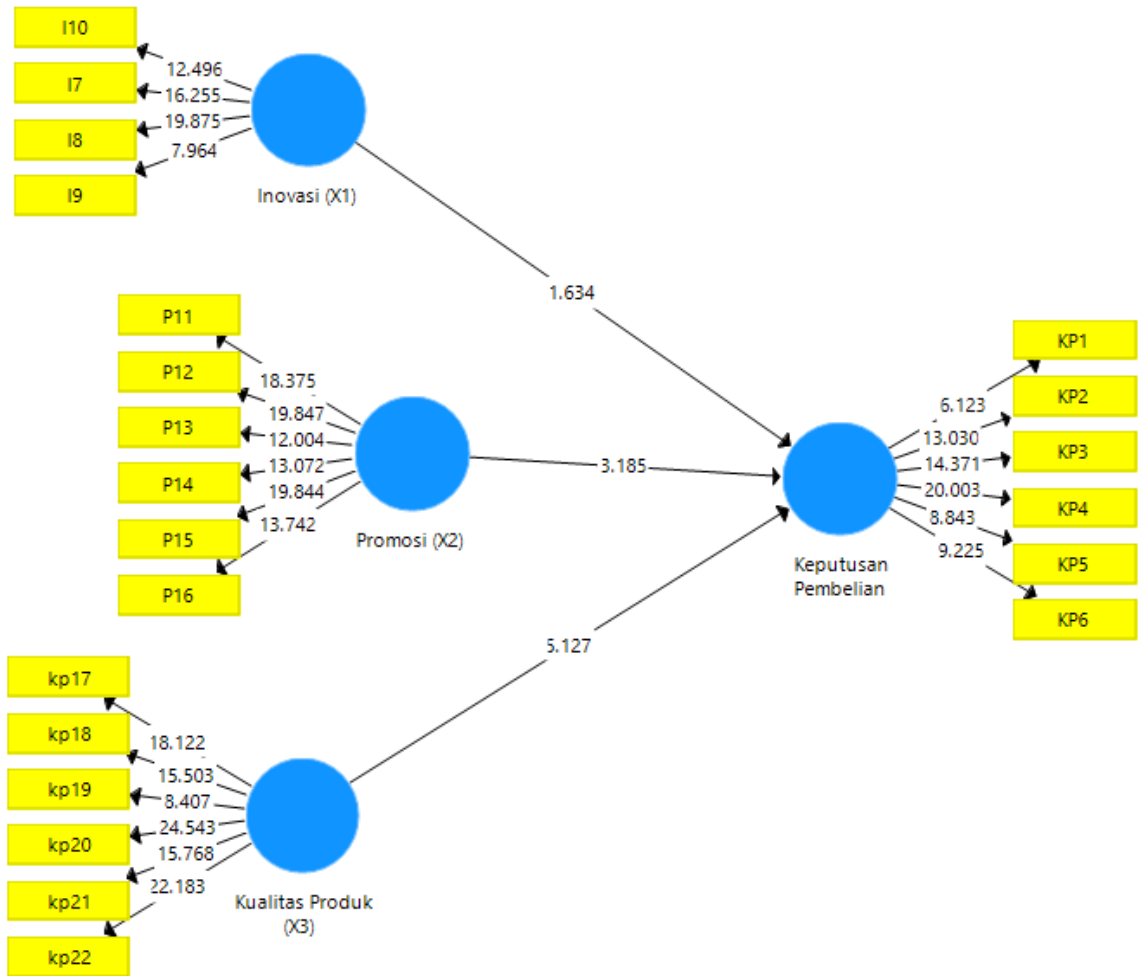
## d. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk

Kualitas Produk	STS	TS	RG	S	SS	Total	Indeks
kp17	1	4	4	52	39	100	84,8
kp18	2	5	5	49	39	100	83,6
kp19	6	7	24	37	26	100	74
kp20	1	5	18	44	32	100	80,2
kp21	4	6	23	42	25	100	75,6
kp22	2	4	4	55	35	100	83,4
							<b>80,26667</b>

Sumber: Data diolah

Lampiran 5

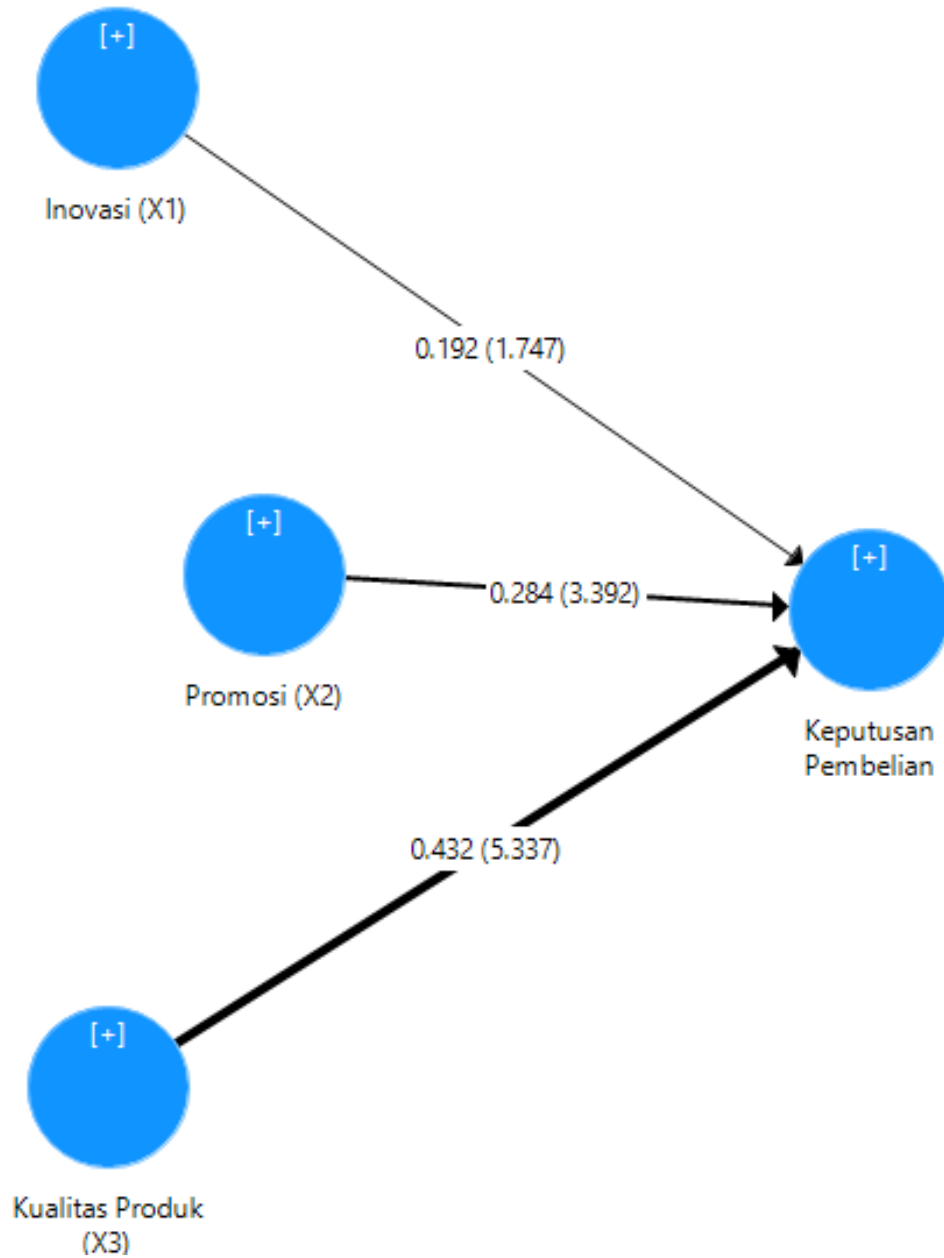
Output Outer Model PLS 3.3



Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.3

## Lampiran 6

## Output Inner Model PLS 3.3



Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.3

## Lampiran 7

## Hasil Output Model PLS 3.3

Tabel Hasil Nilai *Outer Loading Factor*

	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	INOVASI (X1)	PROMOSI (X2)	KUALITAS PRODUK (X3)
KP 1	0.666			
KP 2	0.784			
KP 3	0.755			
KP 4	0.801			
KP 5	0,647			
KP 6	0.656			
I 7		0.801		
I 8		0.798		
I 9		0.723		
I 10		0.827		
P 11			0,768	
P 12			0,789	
P 13			0.738	
P 14			0.746	
P 15			0.816	
P 16			0.751	
kp 17				0,848
kp 18				0,812
kp 19				0,675
kp 20				0,861
kp 21				0,830
kp 22				0,859

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS3.3

Tabel Hasil Nilai *Fornell- Larcker Criterium*

	<b>INOVASI</b>	<b>KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>	<b>KUALITAS PRODUK</b>	<b>PROMOSI</b>
<b>INOVASI (X1)</b>	<b>0.788</b>			
<b>KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)</b>	0.715	<b>0.721</b>		
<b>KUALITAS PRODUK (X3)</b>	0.749	0.785	<b>0.817</b>	
<b>PROMOSI (X2)</b>	0.704	0.737	0.738	<b>0.768</b>

Sumber: Hasil *Output SmartPLS3.3*

Tabel Hasil Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

NO	Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
1	Keputusan Pembelian (Y)	0.520
2	Inovasi (X1)	0.621
3	Promosi (X2)	0.590
4	Kualitas Produk (X3)	0.667

Sumber: Hasil *Output Smart PLS3.3*

Tabel Hasil Nilai *Composite Reliability*

<i>Composite reliability</i>	
<b>Keputusan Pembelian</b>	0.866
<b>Inovasi</b>	0.867
<b>Promosi</b>	0.896
<b>Kualitas Produk</b>	0.923

Sumber: Hasil *Output SmartPLS 3.3*

Tabel Hasil Nilai *Cronbach's Alpha*

<i>Cronbach's Alpha</i>	
<b>Keputusan pembelian</b>	0.814
<b>Inovasi</b>	0.798
<b>Promosi</b>	0.862
<b>Kualitas Produk</b>	0.899

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.3

Tabel Hasil Nilai *R Square*

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Keputusan Pembelian</b>	0.685	0.676

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.3

Tabel Hasil Nilai Koefisiensi Analisis Jalur

	<i>Original Sampel (O)</i>	<i>Sampel Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O-STDEV )</i>	<i>P Values</i>
<b>Inovasi → Keputusan Pembelian</b>	0.192	0.190	0.109	1.758	0.079
<b>Kualitas Produk → Keputusan Pembelian</b>	0.432	0.427	0.083	5.204	0.000
<b>Promosi → Keputusan Pembelian</b>	0.284	0.292	0.085	3.322	0.001

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS3.3



Tabel *t* - Statistik

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	129.209	166.388	198.969	237.327	263.790	319.392
82	0.67749	129.196	166.365	198.932	237.269	263.712	319.262
83	0.67746	129.183	166.342	198.896	237.212	263.637	319.135
84	0.67742	129.171	166.320	198.861	237.156	263.563	319.011
85	0.67739	129.159	166.298	198.827	237.102	263.491	318.890
86	0.67735	129.147	166.277	198.793	237.049	263.421	318.772
87	0.67732	129.136	166.256	198.761	236.998	263.353	318.657
88	0.67729	129.125	166.235	198.729	236.947	263.286	318.544
89	0.67726	129.114	166.216	198.698	236.898	263.220	318.434
90	0.67723	129.103	166.196	198.667	236.850	263.157	318.327
91	0.67720	129.092	166.177	198.638	236.803	263.094	318.222
92	0.67717	129.082	166.159	198.609	236.757	263.033	318.119
93	0.67714	129.072	166.140	198.580	236.712	262.973	318.019
94	0.67711	129.062	166.123	198.552	236.667	262.915	317.921
95	0.67708	129.053	166.105	198.525	236.624	262.858	317.825
96	0.67705	129.043	166.088	198.498	236.582	262.802	317.731
97	0.67703	129.034	166.071	198.472	236.541	262.747	317.639
98	0.67700	129.025	166.055	198.447	236.500	262.693	317.549
99	0.67698	129.016	166.039	198.422	236.461	262.641	317.460
100	0.67695	129.007	166.023	198.397	236.422	262.589	317.374
101	0.67693	128.999	166.008	198.373	236.384	262.539	317.289
102	0.67690	128.991	165.993	198.350	236.346	262.489	317.206
103	0.67688	128.982	165.978	198.326	236.310	262.441	317.125
104	0.67686	128.974	165.964	198.304	236.274	262.393	317.045
105	0.67683	128.967	165.950	198.282	236.239	262.347	316.967
106	0.67681	128.959	165.936	198.260	236.204	262.301	316.890
107	0.67679	128.951	165.922	198.238	236.170	262.256	316.815
108	0.67677	128.944	165.909	198.217	236.137	262.212	316.741
109	0.67675	128.937	165.895	198.197	236.105	262.169	316.669
110	0.67673	128.930	165.882	198.177	236.073	262.126	316.598
111	0.67671	128.922	165.870	198.157	236.041	262.085	316.528
112	0.67669	128.916	165.857	198.137	236.010	262.044	316.460
113	0.67667	128.909	165.845	198.118	235.980	262.004	316.392
114	0.67665	128.902	165.833	198.099	235.950	261.964	316.326
115	0.67663	128.896	165.821	198.081	235.921	261.926	316.262
116	0.67661	128.889	165.810	198.063	235.892	261.888	316.198
117	0.67659	128.883	165.798	198.045	235.864	261.850	316.135
118	0.67657	128.877	165.787	198.027	235.837	261.814	316.074

119	0.67656	128.871	165.776	198.010	235.809	261.778	316.013
120	0.67654	128.865	165.765	197.993	235.782	261.742	315.954

# Skripsi Muhammad Dzulqarnain

*by Muhammad Dzulqarnain*

---

**Submission date:** 17-Aug-2021 05:53PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1632426733

**File name:** rnain\_1710111212\_Turnitin-1\_-\_Muhammad\_Muhammad\_Dzulqarnain.docx (745.92K)

**Word count:** 14923

**Character count:** 96056

# Skripsi Muhammad Dzulqarnani

## ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://conference.upnvj.ac.id">conference.upnvj.ac.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://repository.upnvj.ac.id">repository.upnvj.ac.id</a> Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
4	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://ocs.upnvj.ac.id">ocs.upnvj.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id">jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</a> Internet Source	<1%

10	Submitted to Kumoh National Institute of Technology Graduate School Student Paper	<1 %
11	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
13	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
14	Submitted to Christian University of Maranatha Student Paper	<1 %
15	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
16	ejournal.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %
17	docobook.com Internet Source	<1 %
18	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
19	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
20	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %

21	Walter Tabelessy. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA AMBON", Jurnal Soso-Q, 2020 Publication	<1 %
22	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
23	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
24	Submitted to Padjadjaran University Student Paper	<1 %
25	studentjournal.petra.ac.id Internet Source	<1 %
26	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
27	Submitted to Seoul Venture University Student Paper	<1 %
28	docplayer.info Internet Source	<1 %
29	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
30	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %

31	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="http://repository.upbatam.ac.id">repository.upbatam.ac.id</a> Internet Source	<1 %
35	Submitted to Universitas Pertamina Student Paper	<1 %
36	<a href="http://dochot.net">dochot.net</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://industri.kontan.co.id">industri.kontan.co.id</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<1 %
40	<a href="http://ojs.stimihandayani.ac.id">ojs.stimihandayani.ac.id</a> Internet Source	<1 %
41	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
42	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %

43	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	<1 %
44	distribusi.unram.ac.id Internet Source	<1 %
45	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
46	Repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
47	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
48	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
49	Qonitah Amrillah, Andri Brawijaya. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK", JURNAL SYARIKAH : JURNAL EKONOMI ISLAM, 2016 Publication	<1 %
50	jurnal.ukmpenelitianuny.org Internet Source	<1 %
51	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
52	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
53	Submitted to Politeknik Negeri Bandung	



<1 %

54

[adoc.pub](#)

Internet Source

<1 %

55

Submitted to Universitas Gunadarma

Student Paper

<1 %

56

Yudi Irawan Abi. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KFC DI KOTA BENGKULU", Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2020

Publication

<1 %

57

[johannessimatupang.wordpress.com](#)

Internet Source

<1 %

58

Submitted to Binus University International

Student Paper

<1 %

59

Submitted to Universitas Pamulang

Student Paper

<1 %

60

[repository.iainkudus.ac.id](#)

Internet Source

<1 %

61

Veliana Angela, Eristia Lidia Paramita. "PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING KONSUMEN SHOPEE GENERASI Z", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020

<1 %

---

62	<a href="http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id">jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
63	<a href="http://jurnal.unej.ac.id">jurnal.unej.ac.id</a> Internet Source	<1 %
64	Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium Student Paper	<1 %
65	Mira Kristy Simatupang. "PENGARUH PERPUTARAN PIUTANG DAN PERPUTARAN KAS TERHADAP PROFITABILITAS PERIODE 2014-2018", Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 2021 Publication	<1 %
66	<a href="http://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1 %
67	<a href="http://idr.uin-antasari.ac.id">idr.uin-antasari.ac.id</a> Internet Source	<1 %
68	<a href="http://repo.darmajaya.ac.id">repo.darmajaya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
69	<a href="http://www.pekerjadata.com">www.pekerjadata.com</a> Internet Source	<1 %
70	Kuswanto *, Resista Vikaliana. "PENGARUH HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, 2020 Publication	<1 %

---

71 Purna Sari, Chalil Chalil, Enki P Nainggolan. <1 %  
"PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN  
SMARTPHONE MEREK ASUS DI KOTA PALU",  
Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako  
(JIMUT), 2018  
Publication

---

72 [dspace.uii.ac.id](https://dspace.uii.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

73 [jurnal.umt.ac.id](https://jurnal.umt.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

74 [jurnal.uts.ac.id](https://jurnal.uts.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

75 [repositori.uin-alauddin.ac.id](https://repositori.uin-alauddin.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

76 [repositori.unsil.ac.id](https://repositori.unsil.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

77 [repository.podomorouniversity.ac.id](https://repository.podomorouniversity.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

78 [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) <1 %  
Internet Source

---

79 [repository.widyatama.ac.id](https://repository.widyatama.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

80 [st293545.sitekno.com](https://st293545.sitekno.com) <1 %  
Internet Source

---

81	<a href="http://wisuda.unissula.ac.id">wisuda.unissula.ac.id</a> Internet Source	<1 %
82	<a href="http://www.journalmabis.org">www.journalmabis.org</a> Internet Source	<1 %
83	<a href="http://anzdoc.com">anzdoc.com</a> Internet Source	<1 %
84	<a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
85	<a href="http://journal.stie-sbi.ac.id">journal.stie-sbi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
86	<a href="http://jurnal.syntaxliterate.co.id">jurnal.syntaxliterate.co.id</a> Internet Source	<1 %
87	<a href="http://maker.ac.id">maker.ac.id</a> Internet Source	<1 %
88	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Internet Source	<1 %
89	<a href="http://pendidikan.co.id">pendidikan.co.id</a> Internet Source	<1 %
90	<a href="http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id">repository.stiewidyagamalumajang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
91	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
92	Nurainih Nurainih, Sobar Darmadja. "Pengaruh Pengetahuan tentang Seksual,	<1 %

# Dorongan Seksual dan Media Pornografi terhadap Perilaku Seksual Remaja Pranikah", Jurnal Ilmiah Kebidanan Indonesia, 2018

Publication

---

93	<a href="http://dassaad_z.staff.gunadarma.ac.id">dassaad_z.staff.gunadarma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
94	<a href="http://download.garuda.ristekdikti.go.id">download.garuda.ristekdikti.go.id</a> Internet Source	<1 %
95	<a href="http://edoc.pub">edoc.pub</a> Internet Source	<1 %
96	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
97	<a href="http://information4lecture.blogspot.com">information4lecture.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
98	<a href="http://jurnal.stie-aas.ac.id">jurnal.stie-aas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
99	<a href="http://library.upnvj.ac.id">library.upnvj.ac.id</a> Internet Source	<1 %
100	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1 %
101	<a href="http://repository.bungabangsacirebon.ac.id">repository.bungabangsacirebon.ac.id</a> Internet Source	<1 %
102	<a href="http://repository.usbypkp.ac.id">repository.usbypkp.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

103	<a href="http://review-tentang-hp.blogspot.com">review-tentang-hp.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
104	Ricka Ade Putri, Chairil Afandy. "DAMPAK DIMENSI INDIVIDUAL FINANCIAL LITERACY TERHADAP FINANCIAL INCLUSION PADA MASYARAKAT PEDESAAN", Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2020 Publication	<1 %
105	<a href="http://repository.ipb.ac.id">repository.ipb.ac.id</a> Internet Source	<1 %
106	<a href="http://simki.unpkediri.ac.id">simki.unpkediri.ac.id</a> Internet Source	<1 %
107	Dian Palupi. "KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMEDIASI GREEN PROMOTION DAN GREEN PRICE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	<1 %
108	Murtadho Kesuma, Dessy Fitria, Ahmad Ulil Albab Al Umar. "PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PATTAYA CORNER KOTA SALATIGA", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2021 Publication	<1 %
109	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %

110 Umi Farida Febriani, Rini Sugiarti. "Pengaruh Kontrol Diri dan Dukungan Sosial Orang Tua terhadap Kedisiplinan pada Siswa SMK Dengan Motivasi Belajar sebagai Variabel Intervening", PHILANTHROPY: Journal of Psychology, 2021  
Publication <1 %

---

111 Submitted to University of Leeds  
Student Paper <1 %

---

112 repository.trisakti.ac.id  
Internet Source <1 %

---

113 zombiedoc.com  
Internet Source <1 %

---

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

**Jakarta, 25 Agustus 2021**  
**Pengelola Turnitin**



**Ekki Juniardi, S.E**