

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Agustina, Tri Siwi. 2019. **Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0**. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Alma, Buchari. 2013. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Alfabeta. Bandung.
- Assauri, Sofjan. 2010. **Manajemen Pemasaran**. Rajawali Pers. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2017. **Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages**. Raja Grafindo. Depok.
- Cooper, Donald R dan Pamela S. Schindler. 2017. **Bussines Research Methods**. Ed 12. Salemba Empat. Jakarta.
- Creswell, John W. 2016. **Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran)**. Ed 4. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Darmanto dan Sri Wardaya. 2016. **Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**. Deepublish. Yogyakarta.
- Dhewanto, Wawan. 2015. **Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro**. Alfabeta. Bandung
- Fauzi, Muchammad. 2015. **Manajemen Strategik**. CV. Karya Abadi Jaya. Semarang.
- Gemina, Dwi, dkk. 2017. **Pemasaran Kewirausahaan (Pendekatan Balance Scorecard)**. Pustakapedia. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23**. Ed 8. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan, Imam. 2016. **Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktik**. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2015. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Alfabeta. Bandung.
- Juliandi, Azuar dkk. 2014. **Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi**. UMSU Press. Medan.
- Juliandi, Azuar dkk. 2018. **Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS**. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli. Medan

- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. 2016. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Ed 13 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. **Marketing Management**. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Salemba Empat. Jakarta.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. **Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru**. UIP. Jakarta.
- Morrisan, M.A, dkk. 2017. **Metode Penelitian Survei**. Kencana. Jakarta.
- Prawirosentono, Suyadi dan Dewi Primasari. 2014. **Manajemen Strategik dan Pengambilan Keputusan Korporasi**. Bumi Aksara. Jakarta.
- Saiman, Leonardus. 2015. **Kewirausahaan**. Salemba Empat. Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian**. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Setianingrum, Ari, Jusup Udaya, dan Efendi. 2015. **Prinsip-prinsip Pemasaran – Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketng, dan E-Marketing**. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Siregar, Sofyan. 2016. **Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17**. PT Raja Gravindo Persada. Jakarta.
- Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi**. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2015. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, Danang, 2013. **Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran**. CAPS. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2016. **Metodologi Penelitian Akuntansi**. PT Refika Aditama. Bandung.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. **Manajemen Pemasaran**. In Media. Yogyakarta.

Suryati, Lili. 2019. **Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**. Deepublish. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian**. CV Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2016. **Service, Quality & Satisfaction**. CV Andi Offset. Yogyakarta.

Wijaya, Tony, 2018, **Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano**. Indeks. Jakarta.

Widodo, 2017, **Metodologi Penelitian Populer dan Praktis**. Rajawali Pers. Jakarta.

#### Jurnal

Abdul, Rahayu, Agus S, Soegoto dan Djurwati Soepeno, 2018, **Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT. Wahana Wirawan Manado**, Jurnal EMBA, Vol. 6 No. 4, ISSN: 2303-1174, Hal 3559-3561. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21659>. (Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020)

Almira, Amelia dan JE Susanto, 2018, **Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob**, Jurnal Manajemen dan *Start-up* Bisnis, Vol. 3 No. 2, Hal 255-257. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/687>. (Diakses pada tanggal 1 Oktober 2020)

Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst, 2017, **Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa**, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 6 No. 1, ISSN : 2252-844X, Hal 667-668. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>. (Diakses pada tanggal 25 September 2020)

Ekasari, Novita dan Suswita Roza, 2017, **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya**, Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, Vol. 6 No. 2, Hal : 204-205. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/4255>. (Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020)

Ernawati, Diah. 2019. **Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung**. Jurnal Wawasan Manajemen. Institut Perbanas. Vol. 7 No. 1. Hal

27-30. <https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/173>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober)

Gain, Robert, Cristian Herdinata dan KB Sienarta, 2017, **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt**, Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis, Vol. 2 No. 2, Hal 145-146. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/447>. (Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020)

Lesmana, Rosa dan Suci DA, 2019. **Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnologi And Innovation**. Jurnal Pemasaran. Universitas Pamulang. Vol. 2 No. 3. ISSN: 2598-0823. Hal 69-70. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/2830>. (Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020)

Lotulung, S.C, Joyce Lopian dan Silcyljeova Moniharapon. 2015. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan WOM (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada CV. Tristar Jaya Globalindo Manado**. Jurnal EMBA. Vol. 3 No. 3. ISSN: 2303-11. Hal 823-825. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9614>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020)

Lubis, Akrim Ashal. 2015. **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan**. Jurnal Ilmiah manajemen dan Bisnis. Vol. 16 No. 02. ISSN: 1693-7619. Hal 9-10. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/949>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020)

Mokoagouw, Milly Lingkan, 2016, **Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado**, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 16 No. 01, Hal 500-501. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10913>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020)

Pangastuti, Jasinta, Sudjiono dan Eni Prastiti, 2019, **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah di Borobudur Kediri**, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Vol.2 No. 1, Hal 79-82. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/424>. (Diakses pada tanggal 30 September 2020)

- Pola, Febriano Clinton, Lisbeth Mananeke dan Rita N Taroreh, 2018, **Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea**, Jurnal EMBA, Vol. 6 No. 4. ISSN: 2303-1174, Hal 3074-3075. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/21224>.
- Prasastiningtyas, TR dan Djawoto, 2016, **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler**, Vol 5 No 7, ISSN : 2461-0593, Hal 12-13. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/852>.  
(Diakses pada tanggal 25 September 2020)
- Purwanti, Sarwani dan Denok Sunarsi, 2020, **Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Unilever Indonesia**, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, ISSN : 2356-2005, Hal 29-30. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Inovasi/article/view/5442/0>.  
(Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020)
- Rasyid, Harun Al, dan Agus Tri Indah. 2018. **Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan**. Jurnal Perspektif. Vol. XVI No. 1. ISSN: 1411-8637. Hal 46-47. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/3031>.  
(Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020)
- Ratela, Gerry Doni dan Rita Taroreh. 2016. **Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Coffe Island**. Jurnal EMBA. Vol. 4 No. 1. ISSN 2303-1174. Hal 468-470. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11636>.  
(Diakses pada tanggal 2 Oktober 2020)
- Romdonah, Rinda, Aziz Fathoni dan Andi Triharyono. 2015. **Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Patama Kurnia Kasih)**. *Journal of Management*. Hal 4-6. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/311>. (Diakses pada tanggal 5 September 2020)
- Sanjiwani, Ni Made Dwi dan I Gusti A. Kt. Gd. Suasana. 2019. **Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**. E-Jurnal Manajemen. Vol. 8 No. 11. ISSN : 2302-8912. Hal 6730-6736. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/48331>. (Diakses pada tanggal 13 September 2020)



- Sari, FP, 2016, **Pengaruh Harga, Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5 No. 6, ISSN : 2461-0593. Hal 13-14. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/746>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020)
- Sejati, BSA dan Yahya, 2016, **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbuck**, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5 No. 3, ISSN : 2461-0593, Hal 16-17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/567>. (Diakses pada tanggal 20 Agustus 2020)
- Shaleh, Riefky, 2017, **Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Stalker Pomade (Studi Kasus Pada Pembeli Minyak Rambut Stalker Pomade di UN PGRI Kediri)**, Jurnal Ekonomi, Vol.01 No.01, Hal 9-11. <http://simki.unpkediri.ac.id>. (Diakses pada tanggal 3 Oktober 2020)
- Silaningsih, Endang, Titiek Tjahja Andari dan Dedeh Wirdasih, 2020, **Pengaruh Kualitas Produk untuk Meningkatkan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-Max di Kota Bogor**, Jurnal Visionida, Vol.6 No.1. Hal 41-43. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs/article/view/2721>. (Diakses pada tanggal 3 Februari 2021)
- Srikinasih, Meida dan Samsuri. 2018. **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Percetakan Pada PT. Balebat Dedikasi Prima Bogor**. Jurnal Visionida. Vol. 4 No. 2. Hal 76-77. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs/article/view/1575>. (Diakses pada tanggal 18 November 2020)
- Sudarijati, Titiek Tjahja Andari dan Rizka Rosyada, 2020, **Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk (Kasus Pada Sate Maranggi SN4444 Tajur Bogor)**, Jurnal Visionida, Vol. 6 No. 2. Hal 60-61. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs/article/view/3503>. (Diakses pada tanggal 3 Februari 2021)
- Supriyadi, Wahyu W dan Ginanjar Indra K.N, 2017, **Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di FISIP Universitas Merdeka Malang)**, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No. 1, Hal 81-82. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/81>. (Diakses pada tanggal 15 September 2020)
- Tampi, Daniel, Agus Supandi Soegoto dan Jacky SB Sumarauw, 2016, **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan**

**Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesa**, Jurnal EMBA, Vol. 4 No. 1, ISSN: 2303-1174, Hal 997-998. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11846>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020)

Timoty, Y.H, Silvya L Mandey dan Imelda WJ Ogi, 2018, **Pengaruh Harga, Merchandise dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dump Truck 6 Roda di PT. Astra International Isuzu Cabang Manado**, Jurnal EMBA, Vol. 6 No. 2, ISSN: 2303-1174. Hal 844-845. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/19707>. (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020)

### Skripsi

Ativandira, Dhima, 2021, **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu (Studi Masyarakat Kecamatan Dendang Kabupaten Tanjung Jabung Timur)**, Skripsi Sarjana, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, Diakses pada tanggal 29 Maret 2021 Pukul 22:40.

Azrori, Mizin, 2018, **Pengaruh Inovasi Produk dan Kualias Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Jambi Zhorif di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang**, Skripsi Sarjana, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, Diakses pada tanggal 15 November 2018 Pukul 05:33.

Muntiah, Siti, 2016, **Pengaruh Faktor Psikologis, Faktor Situasional dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim di Pand's Muslim Department Store Semarang**, Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Diakses pada tanggal 1 Maret 2017 Pukul 06:26.

Pradana, Alvin Juan, 2017, **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP (Hewlett Packard)**, Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Diakses pada tanggal 27 September 2019 Pukul 10:47.

Susanto, Yulianita Wiwid, 2017, **Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti dan Kue Ferissa Bantul Yogyakarta**, Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, Diakses pada tanggal 08 Juni 2017 Pukul 03:09.

# LAMPIRAN





## cv. wasilah agung prakarsa

*hospital equipment*

Jln Inspeksi tambang no 28 desa tarikolot kec citeureup kab bogor 16810

---

perihal : konfirmasi permohonan izin penelitian

kepada yth.  
Dr lucky hikmat maulana, SE., M.Si  
Dekan fakultas ekonomi  
Univeristas djuanda

Asalamu alaikum wr. Wb.  
Berdasarkan surat nomor 72/01/I-X/IX/2020 tanggal 22 September 2020 perihal permohonan izin penelitian , mahasiswi dibawah ini :

Nama : Dinda anggraini  
NIM : C.1710478  
Prodi : Manajemen

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswi tersebut, kami izinkan untuk melakukan Penelitian di perusahaan kami sampai waktu yang telah ditentukan, yaitu selama waktu 2 semester.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan Terimakasih.

Wasalamu alaikum wr. Wb.

Bogor 08 Oktober 2020

Hormat kami

  
Acyanto, S.E

**LEMBAR KUESIONER**  
**PENGARUH HARGA, INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA IKM KERAJINAN LOGAM**  
**DI KECAMATAN CITEUREUP KABUPATEN BOGOR**

(Studi Pada CV. Wasilah Agung Prakarsa)

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Pendapatan :

**II. PETUNJUK PENGISIAN DAFTAR PERTANYAAN**

1. Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.
2. Saudara dapat memberikan tanda ceklis (√) pada kolom yang telah disediakan sebagai jawaban yang menurut anda paling sesuai.
3. Setiap pertanyaan mempunyai lima jawaban, angka yang anda pilih menunjukkan perasaan anda terhadap harga, inovasi produk dan kualitas produk.

Berikut nilai dari keterangan jawaban yang anda pilih :

STS : Sangat Tidak Setuju = 1

TS : Tidak Setuju = 2

KS : Kurang Setuju = 3

S : Setuju = 4

SS : Sangat Setuju = 5

Pernyataan dalam kuesioner ini semata-mata hanya untuk data penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) pada program Sarjana (S1) dan jawaban yang anda berikan sangat bermanfaat untuk menyusun tugas akhir ini. Atas bantuannya saya capkan terimakasih.

Jawablah pernyataan dibawah ini sesuai dengan petunjuk diatas!

HARGA (X <sub>1</sub> )						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa sesuai dengan kemampuan konsumen.					
2	Harga produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa sesuai harapan konsumen.					
3	Harga produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa sesuai dengan manfaat yang diperoleh.					
4	Harga produk lebih ekonomis dibandingkan produk pesaing.					
5	Harga produk dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis.					

INOVASI PRODUK (X <sub>2</sub> )						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
6	Produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa mempunyai karakteristik yang berbeda dari produk perusahaan lain yang sejenis.					
7	Produk memiliki nilai kreativitas.					
8	Produk pada CV.Wasilah Agung Prakarsa semakin berkembang melengkapi produk sejenis yang sudah ada sebelumnya.					
9	CV.Wasilah Agung Prakarsa memungkinkan untuk menambah jenis produk yang ditawarkan.					
10	Perbaikan produk dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produknya.					
11	Perbaikan produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa memiliki nilai tambah.					
12	Penentuan produk mendorong perkembangan pasar baru.					
13	Menciptakan produk yang menekan biaya produksi.					

KUALITAS PRODUK (X <sub>3</sub> )						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
14	Produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa memberikan kenyamanan pada penggunaanya.					
15	Produk berfungsi dengan baik.					
16	Produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa tahan lama.					
17	Desain produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa sesuai dengan spesifikasi.					

18	Produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa mudah dioperasikan.					
19	Masa pakai produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa lama.					
20	Respon pelayanan pembelian di CV.Wasilah Agung Prakarsa cepat.					
21	Pelayanan dilakukan oleh orang berkompeten.					
22	Penanganan keluhan dilakukan dengan cepat.					
23	Tampilan produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa memiliki daya tarik bagi konsumen.					
24	Produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa memiliki kualitas yang terjamin.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
25	Saya membeli produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa tersebut karena sangat dibutuhkan.					
26	Saya membeli produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa karena lokasi yang strategis.					
27	Saya melakukan pembelian produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa karena mudah diperoleh.					
28	Saya membeli produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa karena cepat dalam pelayanan.					
29	Saya melakukan pembelian produk karena perusahaan mampu memenuhi jumlah permintaan yang berbeda-beda.					
30	Saya melakukan pembelian produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa berulang-ulang dengan jangka waktu tertentu.					
31	Saya melakukan pembelian produk di CV.Wasilah Agung Prakarsa karena metode pembayaran yang mudah.					

Lampiran 3

Hasil SPSS

Hasil Uji Validitas

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.432*	.268	.286	1.000**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.017	.152	.125	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.432*	1	-.029	.014	.432*	.546**
	Sig. (2-tailed)	.017		.879	.940	.017	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.268	-.029	1	.054	.268	.509**
	Sig. (2-tailed)	.152	.879		.778	.152	.004
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.286	.014	.054	1	.286	.428*
	Sig. (2-tailed)	.125	.940	.778		.125	.018
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	1.000**	.432*	.268	.286	1	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.152	.125		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total.X1	Pearson Correlation	.912**	.546**	.509**	.428*	.912**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.004	.018	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.211	.147	.305	.042	.256	.220	.099	.501**
	Sig. (2-tailed)		.263	.439	.102	.825	.173	.243	.605	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.211	1	.549**	.802**	.600**	.119	.668**	.111	.731**
	Sig. (2-tailed)	.263		.002	.000	.000	.532	.000	.559	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.147	.549**	1	.717**	.793**	.123	.717**	.488**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.439	.002		.000	.000	.517	.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.305	.802**	.717**	1	.668**	.063	.866**	.245	.850**
	Sig. (2-tailed)	.102	.000	.000		.000	.739	.000	.192	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.042	.600**	.793**	.668**	1	.000	.668**	.444*	.754**
	Sig. (2-tailed)	.825	.000	.000	.000		1.000	.000	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.256	.119	.123	.063	.000	1	-.056	.178	.343
	Sig. (2-tailed)	.173	.532	.517	.739	1.000		.771	.347	.064
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.220	.668**	.717**	.866**	.668**	-.056	1	.245	.782**
	Sig. (2-tailed)	.243	.000	.000	.000	.000	.771		.192	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.099	.111	.488**	.245	.444*	.178	.245	1	.537**

	Sig. (2-tailed)	.605	.559	.006	.192	.014	.347	.192		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.501**	.731**	.826**	.850**	.754**	.343	.782**	.537**	1
Total.X2	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.064	.000	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	Total.X3
Pearson Correlation	1	.268	.281	.061	.207	.286	.292	.361	.198	.378*	.381*	.641**
Sig. (2-tailed)		.152	.133	.749	.272	.125	.117	.050	.293	.040	.038	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.268	1	.024	.035	.155	.054	.074	.498**	.066	.074	.022	.486**
Sig. (2-tailed)	.152		.900	.854	.413	.778	.699	.005	.729	.699	.909	.007
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.281	.024	1	.359	.156	.486**	.156	.353	.254	.266	.391*	.546**
Sig. (2-tailed)	.133	.900		.051	.409	.006	.409	.056	.175	.156	.033	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.061	.035	.359	1	.303	-.175	.112	.112	.021	.112	.014	.438*
Sig. (2-tailed)	.749	.854	.051		.103	.355	.557	.557	.910	.557	.941	.015

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.207	.155	.156	.303	1	.065	.331	.487**	-.020	.331	-.023	.555**
Sig. (2-tailed)	.272	.413	.409	.103		.732	.074	.006	.917	.074	.904	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.286	.054	.486**	-.175	.065	1	.187	.139	.515**	.310	.297	.369*
Sig. (2-tailed)	.125	.778	.006	.355	.732		.321	.465	.004	.096	.111	.045
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.292	.074	.156	.112	.331	.187	1	.152	.130	.888**	-.023	.595**
Sig. (2-tailed)	.117	.699	.409	.557	.074	.321		.421	.494	.000	.904	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.361	.498**	.353	.112	.487**	.139	.152	1	-.005	.152	.353	.607**
Sig. (2-tailed)	.050	.005	.056	.557	.006	.465	.421		.979	.421	.055	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.198	.066	.254	.021	-.020	.515**	.130	-.005	1	.280	.009	.317
Sig. (2-tailed)	.293	.729	.175	.910	.917	.004	.494	.979		.134	.963	.087
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.378*	.074	.266	.112	.331	.310	.888**	.152	.280	1	.076	.655**
Sig. (2-tailed)	.040	.699	.156	.557	.074	.096	.000	.421	.134		.690	.000

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.381*	.022	.391*	.014	-.023	.297	-.023	.353	.009	.076	1	.318
Sig. (2-tailed)	.038	.909	.033	.941	.904	.111	.904	.055	.963	.690		.087
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.641**	.486**	.546**	.438*	.555**	.369*	.595**	.607**	.317	.655**	.318	1
Sig. (2-tailed)	.000	.007	.002	.015	.001	.045	.001	.000	.087	.000	.087	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

WATERBURY CENTRAL HIGH

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total.Y
Pearson Correlation	1	.236	.232	.340	.376*	.311	.571**	.673**
Sig. (2-tailed)		.210	.217	.066	.040	.094	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30

Y2	Pearson Correlation	.236	1	.241	.219	.163	.021	.208	.511**
	Sig. (2-tailed)	.210		.199	.245	.389	.912	.271	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.232	.241	1	.216	.136	.341	.374*	.564**
	Sig. (2-tailed)	.217	.199		.252	.473	.065	.042	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.340	.219	.216	1	.602**	.440*	.236	.655**
	Sig. (2-tailed)	.066	.245	.252		.000	.015	.210	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.376*	.163	.136	.602**	1	.487**	.587**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.040	.389	.473	.000		.006	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.311	.021	.341	.440*	.487**	1	.391*	.628**
	Sig. (2-tailed)	.094	.912	.065	.015	.006		.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.571**	.208	.374*	.236	.587**	.391*	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.001	.271	.042	.210	.001	.033		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total.Y	Pearson Correlation	.673**	.511**	.564**	.655**	.724**	.628**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	5

### Reliability Statistics

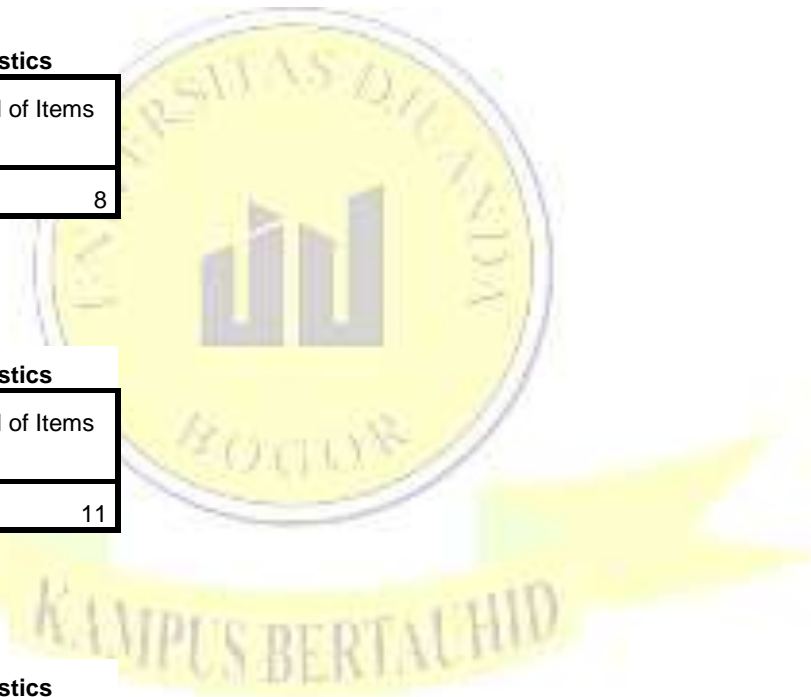
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	8

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	11

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.755	7



## Hasil SPSS Analisis Data

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 <sup>a</sup>	.690	.680	1.44176

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	443.356	3	147.785	71.096	.000 <sup>b</sup>
	Residual	199.554	96	2.079		
	Total	642.910	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk, Harga

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.867	1.935		.448	.655		
	Harga	.339	.102	.277	3.321	.001	.464	2.156
	Inovasi Produk	.138	.065	.135	2.112	.037	.792	1.262
	Kualitas Produk	.378	.062	.549	6.061	.000	.395	2.534

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

# **DOKUMENTASI**





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Dinda Anggraini  
Tempat Tanggal Lahir : Bogor, 25 Mei 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tinggi / Berat Badan : 155 / 50  
Agama : Islam  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Alamat : Jl. KH. Natsir Kp. Lemper RT.02/06 No. 30  
Citeureup - Bogor  
No. Hp : 08985534988 (whatsapp) / 08889210330  
Email : dindaanggraini778@gmail.com

### DATA PENDIDIKAN

- SDN Citeureup 7 (2005 – 2011)
- SMPN 3 Citeureup (2011 – 2014)
- SMAN 1 Citeureup (2014 – 2017)
- Universitas Djuanda Bogor (2017 – 2021)

### PENGALAMAN ORGANISASI

- Divisi Sumber Daya Manusia pada Ekskul Language Club SMAN 1 Citeureup (2015 – 2016)
- Sekretaris pada UKM Perbada Universitas Djuanda Bogor (2018 – 2019)
- Asisten Pengajar Responsi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda (2018 – 2019)
- Koordinator Pengajar Responsi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda (2019 – 2020)
- Departement Dalam Negeri pada BEM Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda (2020 – 2021)



## **PENGALAMAN MAGANG**

- PT Duta Karya Bumi Feb – Mei 2020

## **PENGALAMAN KERJA**

- PT Leaders World sebagai Admin Gudang April - Mei 2021

## **PENGHARGAAN**

- Piagam peserta “Pembinaan dan Sosialisasi Cagar Budaya untuk Siswa/i SLTA”, Bogor 22 Oktober 2015
- Serifikat “Latihan Keterampilan Manajemen Mahasiswa”, Bogor 14-15 Oktober 2017
- Sertifikat Seminar Ekonomi dengan Tema “Mengembangkan Inovasi IPTEK dalam Meningkatkan perekonomian Bangsa”, Bogor 24 Mei 2018
- Sertifikat Seminar Inovasi Bisnis *in Industrial 4.0*, Bogor 2019
- Sertifikat Seminar Umum Kewirausahaan Bersama PT Danareksa Investment Management, Jakarta 30 Agustus 2019
- Sertifikat Seminar Gebyar Akuntansi dengan Tema “*The Challenge of Being an Innovative Accountant in Digital Era*”, Bogor 2019
- Sertifikat Seminar Nasional Daring FMI Korwil KaltimTara dengan Tema “*Covid-19 Recovery Strategies: Insights and Implications*”, Samarinda 22 Agustus 2020
- Sertifikat Seminar Online Nasional Bisnis Digital di Era New Normal Universitas Ibn Khaldun Bogor 28 Agustus 2020
- Sertifikat Seminar Nasional Daring dengan Tema “ Tantangan Implementasi CSR di Tengah Isu Resesi Ekonomi Global” Samarinda, 5 September 2021