

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). *Pengaruh bauran pemasaran (7p) terhadap pengambilan keputusan siswa dalam memilih sekolah berbasis entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)*. Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya), 2(2).
- Ahdiat, Adi. (2021). *Ini Saluran Promosi yang Banyak Digunakan Restoran Indonesia*, (Online). (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/18/ini-saluran-promosi-yang-banyak-digunakan-restoran-indonesia>, diakses 10 Juli 2023).
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan*. Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika, 16(1), 39-49.
- Almira, A., & Sutanto, J. E. (2018). *Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maison nob*. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, 3(2), 250-259.
- Anggraini, R. (2021). *PENGARUH JARINGAN USAHA, INOVASI PRODUK DAN PERSAINGAN USAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI KABUPATEN BOVEN DIGOEL= Effect Of Business Network, Product Innovation And Business Competition On Development Of Middle Small Businesses In Boven Digoel Regency* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Assauri, S., (2015). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1). Jakarta: Rajawali Persada.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse*. Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi), 2(2), 204-219.
- Badan Pusat Statistik. (2018-2022). *Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. (Online). (<https://www.bps.go.id/>, diakses 9 November 2023).
- Badan Pusat Statistik. (2018-2022). *Pertumbuhan Ekonomi di Sulawesi Selatan*. (Online). (<https://sulsel.bps.go.id/>, diakses 9 November 2023).
- Bahar, S.H. (2023). *Pengaruh Pengembangan Soft Skills Terhadap Motivasi Berorganisasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas*

Hasanuddin (Studi Kasus Pada Ikatan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin). Universitas Hasanuddin.

Bimantara, I. (2021). *Pengaruh Media Sosial Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman Di Demores Rumah Musik* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).

CNN Indonesia. (2021). *Survei: Selama Pandemi, Orang Indonesia Makin Doyan Ngemil*. (Online). (<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210112174105-262-592787/survei-selama-pandemi-orang-indonesia-makin-doyan-ngemil>), diakses 10 Juli 2023).

Danang Rahmat, H. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Rawamangun)*. *PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Bakso Boedjangan Rawamangun)*.

Darmawan, I. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Bocah Tua Di Hokky Graha Family Surabaya* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA).

Digdownseiso, K. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (1st ed)*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.

Dihni, V.A. (2022). *Survei Populix: Gorengan Jadi Menu Favorit Masyarakat Indonesia untuk Berbuka Puasa*, (Online). (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/survei-populix-gorengan-jadi-menu-favorit-masyarakat-indonesia-untuk-berbuka-puasa>), diakses 10 Juli 2023).

Ernawati, D. (2019). *Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung*. JWM (Jurnal Wawasan Manajemen), 7(1), 17-32.

Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). *Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya*. Journal of Business & Banking, 5(1), 149-162.

Fitrotin, H., Muttaqien, F., & Fauziah, A. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Menak Koncar Lumajang*. Jobman: Journal of Organization and Bussines Management, 3(1), 37-41.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Handoko, B. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 18(1), 61-72.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hariyanti, N.T. and Wirapraja, A., (2018). *Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur)*. Eksekutif, 15(1), 133-146.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu)*. Solusi, 19(1).
- Huang, Jiaxu, Haiqing Hu, and Yong Wang. (2023). "Fuzzy Front-End Vertical External Involvement, Corporate Social Responsibility and Firms' New Product Development Performance in the VUCA Age: From an Organizational Learning Perspective". *Sustainability* 15, no. 1: 280.
- Kaku Food. (2023, Juni 20). *Menu Kaku Food* [Cerita Instagram]. <https://www.instagram.com/kaku.food/> , diakses 10 Juli 2023.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2023). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*, (Online). (<https://dipb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat-perekonomian-nasional-meningkat.html>), diakses 9 November 2023).
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*, (Online). (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>), diakses 10 Juli 2023).
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Gambaran UMKM di Indonesia*. (Online). (<https://kemenkopukm.go.id/kumkm-dalam-angka/?type=indikator-umkm&sub=0> , diakses 10 Juli 2023).
- Kharisma, F. (2017). *Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian Toyota All New Avanza (studi pada pelanggan di dealer auto 2000 a. yani)*. Sumber, 51(47.015), 47-262.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Global Edition 16th Edition*. Pearson Education.
- _____, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.

- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L. and Armstrong, G., (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition 15th*. Pearson.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- _____. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT. BPR Prisma Dana Amurang*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4(1).
- Lelebua, J.S. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemohon Di Kantor Imigrasi Kelas I Tpi Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Malikhatun, M. (2019). *Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Dahlia Bordir Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Marlius, D. (2017). *Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang*. Jurnal pundi, 1(1).
- Munisa, M. (2021). *PENGARUH FLASH SALE DAN TAGLINE GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK DI MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ANTASARI BANJARMASIN*.
- Musu, I.P. (2023). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Spiritual Dan Kekuatan Budaya Terhadap Kinerja Karyawan Rumah Sakit Stella Maris Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Nasir, A. (2017). *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan*. Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, 5(1), 20-25.
- Nasution, M.I., Prayogi, M.A. and Nasution, S.M.A., (2017). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan*. Jurnal Riset Sains Manajemen, 1(1), 1-12.
- Njoto, D.P. Sienatra, K.B., (2018). *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen wenak tok*. Jurnal Manajemen dan Start Up-Bisnis, 3(5), 612-618.

- Nurmi, N., (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Telor Ayam Pada PT. Cahaya Anugrah Sentosa Di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)*. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62-69.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). *Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Prilianto, R., & Arini, E. (2023). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SUTAN KASIM CABANG KOTA BENGKULU*. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(1), 196-200.
- Putra, V. S. (2021). *Pengaruh Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Wisna Fresh Desa Siman Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Reza, AMDD, Reni, A, & Almaida A. (2019). *PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP GUTEN INC DI KOTA MAKASSAR* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Rismawati, R., & Oktini, D. R. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Kasus Pada Konsumen Bisnis) Auto Print & Souvenirs Sales Showroom di Kota Bandung*. *Prosiding Manajemen*, 1320-1324.
- Rogers, M.Everett. (2012). *Diffusion of Innovation 5th Edition*. Free Press, New York.
- Sahir, S.H . 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Penerbit KBM Indonesia.
- Siregar, M., & Haloho, E. (2018). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan*. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 3(1), 217-234.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Tambunan, E., & Siregar, M. (2018). *Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Azzahra Medan*. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 3(1), 208-216.

The Fourth Annual: State of Snacking. (2022). Amerika Serikat: Mondelez International.

Tolan, M. S., Pelleng, F. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)*. *Productivity*, 2(5), 360-364.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 2008. Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara.

Wahyudi, R. (2020). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM PADA PT. SENTRAL PERKASA JAYA*. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(1), 19-29.

Wawancara Owner Kaku Food. (2023).

Yanuar, N. D., & Harti, H. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan Di Kabupaten Trenggalek*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 51-60.

Yulis. (2021). *Berhasil Jadi Jajanan Viral dan Populer di Makassar, Owner Kaku Food: Kuncinya Harus Flexible!* (Online). (<https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/07/13/berhasil-jadi-jajanan-viral-dan-populer-di-makassar-owner-kaku-food-kuncinya-harus-flexible>, diakses 10 Juli 2023).

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 BIODATA

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Joya Kanna Paembonan
 Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 29 September 2002
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat Rumah : Perum Beverly Hills C.8, Antang Raya
 Telepon Rumah dan HP : 088245665798
 Alamat E-mail : joyakanna@gmail.com

Riwayat Pendidikan

➤ Pendidikan Formal

1. SD Pius Cilacap (2008 – 2012)
2. SD Strada Van Lith II Jakarta Timur (2012 – 2014)
3. SMP Negeri 255 Jakarta (2014 – 2016)
4. SMP Negeri 6 Makassar (2016 – 2017)
5. SMA Negeri 5 Makassar (2017 – 2020)
6. Universitas Hasanuddin (2020 – 2024)

➤ Pendidikan Nonformal

1. Pelatihan Basic Learning Skill, Character, and Creativity (BALANCE) Hasanuddin University (2020)
2. Latihan Dasar Kepemimpinan (LDK) Persekutuan Mahasiswa Kristen Oikumene Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin (2021)
3. Latihan Kepemimpinan Pemuda Dasar Persekutuan Pemuda Gereja Toraja di Gereja Toraja Jemaat Masale (2022)

Pengalaman

➤ Organisasi

1. Sekretaris Persekutuan Pemuda Gereja Toraja Jemaat Bangkala
Periode 2022 – 2024
2. Koordinator Bidang Spiritualitas Persekutuan Pemuda Gereja
Toraja Jemaat Bangkala Periode 2020 – 2022
3. Koordinator Bidang Kerohanian Persekutuan Mahasiswa Kristen
Oikumene Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
Periode 2022 – 2023
4. Anggota Bidang Kerohanian Persekutuan Mahasiswa Kristen
Oikumene Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
Periode 2021 – 2022

➤ Kerja

1. Magang di Kantor Badan Keuangan dan Aset Daerah Toraja Utara
(2022)
2. Magang di Kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kantor
Cabang Kota Makassar (2023)

Demikian data ini dibuat sebenarnya.

Makassar, 3 Januari 2024



Joya Kanna Paembonan

LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN

Yth.

Konsumen Produk Kaku Food di Kota Makassar

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Joya Kanna Paembonan Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin dengan NIM A021201027 sedang mengadakan penelitian dalam proses penyelesaian skripsi dengan judul 'Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kaku Food di Kota Makassar'.

Sehubungan dengan tujuan tersebut, saya membutuhkan bantuan bapak, ibu, dan saudara (i), untuk dapat menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuesioner yang terlampir di bawah ini dengan jujur. Sesuai etika penelitian, saya akan menjaga kerahasiaan tanggapan Anda.

Atas kesediaan dan bantuan yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Salam, Penulis

Data Pribadi:

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
 - ☐ Laki - Laki
 - ☐ Perempuan
3. Usia:
 - ☐ 10-17 Tahun
 - ☐ 18-25 Tahun
 - ☐ 26-33 Tahun
 - ☐ 34-41 Tahun
 - ☐ 42-49 Tahun
 - ☐ 50-57 Tahun
 - ☐ >57 Tahun
4. Domisili:
 - ☐ Kota Makassar
 - ☐ Luar Kota Makassar
5. Pekerjaan:
 - ☐ Pelajar/Mahasiswa
 - ☐ PNS/BUMN
 - ☐ Karyawan Swasta
 - ☐ Wirausaha
 - ☐ Profesional (Dokter, Pengacara, dsb)
 - ☐ *Freelancer*
 - ☐ Tidak Bekerja
 - ☐ *Others*
6. Nomor Handphone (Whatsapp):
7. Sumber Penghasilan:
 - ☐ Orang Tua
 - ☐ Bekerja
 - ☐ *Others* - Sebutkan
8. Penghasilan per bulan:
 - ☐ 0 – Rp 500.000,-

- ☐ Rp 500.001,- - Rp 1.000.000,-
- ☐ Rp 1.000.001,- - Rp 3.000.000,-
- ☐ > Rp 3.000.000,-

9. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk Kaku Food di Area Kota Makassar?

- ☐ Iya
- ☐ Di Samata, Gowa
- ☐ Tidak Pernah

10. Frekuensi mengunjungi Kaku Food dalam satu tahun terakhir?

- ☐ 1 – 3 kali
- ☐ 4 – 6 kali
- ☐ > 6 kali

11. Produk apa saja yang pernah Anda beli di Kaku Food?



- ☐ Bakwan Sambal Tauco
- ☐ Pangsit Goreng
- ☐ Batagor
- ☐ Cireng Bumbu Kacang
- ☐ Pentol Pedas

- ☐ Tahu Bakso
- ☐ Bakso Goreng
- ☐ Pisang Coklat
- ☐ Tahu Rebus
- ☐ Cireng *Crispy* Sambal Rujak
- ☐ Pisang Goreng Sambal Monster
- ☐ Pisang Goreng Topping Manis
- ☐ Pisang Roll Topping Manis
- ☐ Pangsit Basah
- ☐ *Blackcurrant* (Minuman)
- ☐ *Lemon Tea* (Minuman)
- ☐ *Green Tea* (Minuman)
- ☐ *Milk Tea* (Minuman)
- ☐ *Lecy Tea* (Minuman)
- ☐ *Lemonade* (Minuman)
- ☐ *Thai Tea* (Minuman)
- ☐ *Dark Choco* (Minuman)
- ☐ Air Mineral (Minuman)

Mohon untuk menjawab pernyataan dibawah ini dengan benar sesuai dengan pengaruh inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Kaku Food di Kota Makassar dengan memberi tanda ($\checkmark$) pada pilihan sesuai pendapat anda.

Keterangan

STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
KS	Kurang Setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Variabel Inovasi Produk (X_1)

Petunjuk Pengisian

Mohon untuk menjawab pernyataan dibawah ini dengan benar sesuai dengan pengaruh inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Kaku Food di Kota Makassar dengan memilih salah satu pilihan sesuai pendapat anda dengan jujur.

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Variabel Inovasi Produk						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Inovasi yang dilakukan oleh Kaku Food sudah sangat baik.					
2.	Produk terbaru yang ditawarkan oleh Kaku Food memiliki keunggulan.					
3.	Inovasi produk yang dilakukan oleh Kaku Food sudah sesuai harapan.					
4.	Inovasi produk yang dilakukan oleh Kaku Food memperhatikan saran dari konsumen.					
5.	Inovasi produk yang dilakukan oleh Kaku Food sangatlah beragam.					
6.	Inovasi produk yang dilakukan oleh Kaku Food memiliki ciri khas tersendiri.					

7.	Kaku Food memiliki rasa produk yang sesuai dengan selera saya.					
8.	Produk Kaku Food dapat dikonsumsi dalam aktivitas sehari - hari					
9.	Kemasan produk Kaku Food memiliki tampilan yang unik dan mudah dikenali.					
10.	Produk Kaku Food dapat bersaing dengan unggul diantara produk lain yang sejenis.					

Variabel Promosi (X₂)

Petunjuk Pengisian

Mohon untuk menjawab pernyataan dibawah ini dengan benar sesuai dengan pengaruh inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Kaku Food di Kota Makassar dengan memilih salah satu pilihan sesuai pendapat anda dengan jujur.

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Variabel Promosi						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Promosi yang dilakukan oleh Kaku Food membuat saya membeli produk Kaku Food.					

2.	Promosi yang dilakukan oleh Kaku Food sesuai dengan keinginan saya sebagai konsumen.					
3.	Media promosi yang dilakukan oleh Kaku Food sangatlah menarik.					
4.	Kaku Food melakukan promosi melalui media yang mudah diakses.					
5.	Promosi yang dilakukan oleh Kaku Food berlangsung di waktu yang sangat tepat.					
6.	Waktu promosi yang dilakukan oleh Kaku Food berlangsung pada jangka waktu tertentu saja.					
7.	Kaku Food sering melakukan promosi yang membuat saya sebagai konsumen mengingat promosi yang dilakukannya.					
8.	Kaku Food melakukan promosi secara berkala melalui diskon, promo tebus hemat, dan lain – lain.					

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Petunjuk Pengisian

Mohon untuk menjawab pernyataan dibawah ini dengan benar sesuai dengan pengaruh inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Kaku Food di Kota Makassar dengan memilih salah satu pilihan sesuai pendapat anda dengan jujur.

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Variabel Keputusan Pembelian						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli produk Kaku Food karena sesuai dengan yang saya harapkan.					
2.	Saya membeli produk Kaku Food karena produknya merupakan pilihan yang terbaik.					
3.	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan melakukan pembelian produk Kaku Food.					
4.	Setelah melihat banyak konsumen lain membeli produk Kaku Food, saya tertarik untuk membeli produknya.					
5.	Saya langsung membeli produk Kaku Food ketika informasi terbaru mengenai produknya.					
6.	Tanpa berpikir panjang, saya membeli produk Kaku Food dibandingkan produk lain yang sejenis.					

LAMPIRAN 3 TABULASI DATA

Variabel Inovasi Produk (X₁)

Nomor	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	TOTAL X1
1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	47
6	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
7	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	41
8	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	36
9	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	39
10	4	5	4	4	5	5	4	2	4	4	41
11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
12	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
13	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
14	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	42
15	4	5	4	3	3	4	5	5	4	3	40
16	5	5	4	3	4	3	4	4	5	4	41
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	42
20	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
21	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
22	4	3	4	4	5	3	4	2	4	4	37
23	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	46
24	4	3	5	4	5	3	5	3	5	4	41
25	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	46
26	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
29	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	38
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
33	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	43
34	4	5	4	4	4	4	5	2	4	4	40
35	3	4	3	3	5	2	4	2	4	3	33
36	4	3	4	4	3	3	5	5	4	4	39
37	5	3	3	4	5	4	5	3	5	5	42

79	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	38
80	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
81	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	43
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
84	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	38
85	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
86	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	37
87	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	34
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	45
90	5	2	3	3	3	2	4	3	4	4	33
91	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
92	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	40
93	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
96	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
97	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
98	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
99	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	41
100	4	4	3	4	3	3	5	2	4	4	36

Variabel Promosi (X₂)

Nomor	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	TOTAL X2
1	5	4	4	4	4	4	4	4	33
2	3	4	4	4	3	4	3	4	29
3	3	3	3	4	3	4	3	4	27
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	4	4	4	4	5	4	5	34
7	5	4	5	5	5	5	4	4	37
8	4	4	3	5	5	4	3	5	33
9	5	5	4	5	3	5	4	5	36
10	5	5	5	5	5	4	4	5	38
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	5	5	5	5	4	4	5	5	38
13	2	5	4	5	4	4	4	4	32
14	4	4	5	5	3	5	4	4	34

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

56	5	5	4	4	4	4	4	4	34
57	5	4	4	5	3	4	4	4	33
58	4	4	4	5	4	3	3	3	30
59	3	3	4	4	3	4	3	4	28
60	4	4	3	4	4	3	3	3	28
61	4	4	4	4	3	4	3	4	30
62	3	3	4	4	3	3	3	5	28
63	3	4	4	4	4	4	3	5	31
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	5	4	4	4	5	34
66	5	5	4	5	5	5	5	5	39
67	4	4	4	5	4	4	3	4	32
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	3	3	3	3	3	3	3	3	24
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	3	4	3	4	4	4	4	4	30
72	2	3	3	4	3	3	3	5	26
73	4	4	5	5	4	4	4	5	35
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	3	4	5	5	3	4	3	5	32
77	4	4	4	4	4	4	5	5	34
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	4	5	5	2	3	4	3	31
80	5	4	4	5	4	3	4	4	33
81	4	4	4	4	3	5	3	4	31
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	3	3	4	4	3	3	3	4	27
85	4	5	4	4	3	4	4	4	32
86	3	2	4	4	3	3	4	4	27
87	3	4	4	4	3	4	4	4	30
88	3	4	4	4	4	4	4	4	31
89	4	4	4	5	3	5	5	5	35
90	3	3	3	2	4	3	3	4	25
91	4	4	4	5	4	3	4	5	33
92	5	5	5	5	4	3	4	5	36
93	4	4	5	5	4	3	5	5	35
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	5	4	5	5	4	4	4	4	35
96	5	5	5	5	5	2	4	5	36

97	4	4	4	5	5	5	4	5	36
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	4	4	4	4	4	4	3	4	31
100	4	4	4	3	3	3	4	5	30

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Nomor	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	TOTAL Y
1	3	3	4	4	3	3	20
2	4	4	3	3	4	3	21
3	4	3	4	4	2	2	19
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	3	3	3	3	20
7	4	3	5	5	3	3	23
8	4	3	4	4	4	3	22
9	4	4	4	4	5	3	24
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	3	4	3	3	23
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	3	4	3	3	3	20
15	5	3	3	5	2	4	22
16	4	4	5	3	1	1	18
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	5	5	5	4	5	28
19	4	3	5	4	3	3	22
20	4	4	3	3	3	4	21
21	4	4	4	5	3	3	23
22	3	3	3	4	2	2	17
23	5	3	5	5	1	5	24
24	4	4	4	5	3	3	23
25	4	4	5	3	3	3	22
26	5	5	4	5	4	5	28
27	5	4	2	5	4	4	24
28	5	5	4	5	4	5	28
29	4	4	4	4	3	4	23
30	4	4	4	3	2	2	19
31	3	3	2	2	2	2	14
32	4	3	3	4	3	3	20

33	5	4	4	5	4	3	25
34	4	2	2	2	4	2	16
35	4	4	2	3	2	4	19
36	3	4	4	4	3	1	19
37	4	4	3	5	2	3	21
38	5	5	5	5	3	4	27
39	5	5	3	5	3	3	24
40	5	4	4	4	4	4	25
41	4	5	5	4	4	5	27
42	4	4	3	4	3	3	21
43	4	4	3	4	3	4	22
44	5	4	5	3	3	5	25
45	4	3	4	4	3	3	21
46	3	4	4	4	4	3	22
47	4	4	5	4	3	5	25
48	5	5	4	4	3	4	25
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	4	5	3	4	26
51	4	4	4	4	3	3	22
52	3	4	5	4	2	3	21
53	3	3	3	4	3	4	20
54	3	3	4	3	2	3	18
55	5	4	4	4	4	4	25
56	5	4	5	4	3	3	24
57	4	5	4	4	5	4	26
58	4	3	3	3	2	2	17
59	4	2	3	4	2	2	17
60	4	3	3	4	3	3	20
61	4	4	4	4	3	3	22
62	4	4	3	3	2	3	19
63	5	4	3	3	3	3	21
64	5	3	4	5	4	4	25
65	5	5	5	4	4	4	27
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	3	4	3	3	21
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	3	4	4	4	23
70	3	4	4	3	4	3	21
71	4	4	4	3	2	3	20
72	4	3	4	4	2	2	19
73	4	4	5	4	4	4	25

74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	4	5	4	5	4	27
77	4	4	4	4	4	4	24
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	4	4	2	2	20
80	5	4	2	4	4	4	23
81	3	4	4	3	3	3	20
82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	4	4	4	4	4	25
84	3	3	3	4	4	3	20
85	4	4	4	5	4	4	25
86	4	3	3	4	3	3	20
87	3	3	5	3	3	3	20
88	4	4	4	4	3	3	22
89	4	4	5	5	3	5	26
90	4	4	3	4	3	3	21
91	4	4	3	4	4	4	23
92	4	3	4	5	3	3	22
93	4	4	2	4	2	4	20
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	5	4	4	25
96	4	4	5	4	4	3	24
97	5	5	5	4	5	4	28
98	5	5	5	5	5	5	30
99	5	4	3	3	3	5	23
100	5	4	2	4	4	4	23

LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS

Variabel Inovasi Produk (X₁)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	37.71	14.349	.609	.802
X1_2	37.84	14.257	.470	.813
X1_3	37.94	13.633	.628	.797
X1_4	37.85	13.846	.603	.800
X1_5	37.61	14.523	.433	.817
X1_6	37.87	13.185	.581	.801
X1_7	37.55	14.533	.527	.808
X1_8	38.05	14.169	.301	.842
X1_9	37.70	14.293	.528	.808
X1_10	37.70	14.172	.600	.802

Variabel Promosi (X₂)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	28.49	11.384	.661	.834
X2_2	28.45	12.290	.657	.835
X2_3	28.40	12.505	.646	.837
X2_4	28.08	12.620	.582	.843
X2_5	28.70	12.131	.584	.843
X2_6	28.68	12.442	.488	.855
X2_7	28.66	11.863	.684	.831
X2_8	28.25	12.795	.545	.847

Variabel Keputusan Pembelian(Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	18.80	9.515	.541	.772
Y_2	19.06	8.825	.645	.748
Y_3	19.11	9.170	.388	.806
Y_4	18.95	9.139	.537	.770
Y_5	19.63	8.013	.571	.763
Y_6	19.45	7.543	.692	.729

LAMPIRAN 5 HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel Inovasi Produk (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.825	10

Variabel Promosi (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.858	8

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.797	6

LAMPIRAN 6 HASIL UJI ANALISIS KUANTITATIF DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4.136	2.602		.115
	Inovasi Produk	.388	.067	.462	.000
	Promosi	.333	.070	.380	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4.136	2.602		.115
	Inovasi Produk	.388	.067	.462	.000
	Promosi	.333	.070	.380	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji Koefisien Beta

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4.136	2.602		.115
	Inovasi Produk	.388	.067	.462	.000
	Promosi	.333	.070	.380	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

4. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.535	.525	2.391

a. Predictors: (Constant), Promosi, Inovasi Produk

LAMPIRAN 7 SURAT IZIN PENELITIAN

CV. FORZA KAKU INDONESIA

Perum. Azizah Residence Ruko Blok R No.3
 Jln. Perintis Kemerdekaan III, Tamalanrea, Makassar.
 E-mail: kaku.food@gmail.com

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 01/SKet/KAKUFOOD/I/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Joya Kanna Paembonan

Stambuk : A021201027

Departemen : Manajemen

Telah melaksanakan penelitian atau pengambilan data di Perusahaan CV. Forza Kaku Indonesia sejak 23 Oktober 2023 – 4 Januari 2024 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:

“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK KAKU FOOD DI KOTA MAKASSAR”

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamatya kami ucapkan terima kasih.

Makassar, 10 Januari 2024

Simia Dewina Andini
 HR Manager Kaku Food

@kaku.food #JAJANANKAKUZEN