

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Amanah dan layla, (2019). Pengaruh dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen *onlineshop* tokopedia.com di manajemen Universitas Negeri Medan. ISSN: 2620-5866. Vol,02. No, 02.
- Ferdinand, (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 5
- Firmansyah dan Mahardhika, (2015). Pengaruh Strategi *Marketing Mix* (Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik di Surabaya. Vol, 12. No, 02
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Undip.
- Kotler, P dan Gary Amstrong, 2012, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 13 jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Keller (2016). *Marketing Manajemen British* : Pearson Education.

- Mulyani soleha dan Nanda eka pawitri, (2019). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Mobilio (Survei pada pengguna Honda Mobilio di Karawang). ISSN 2339-1510
- Rachman, Mochammad Munir, (2018). Metodologi Penelitian, Adi Buana University Press, Surabaya, ISBN:978-979-8559-75-4.
- Rasyid dan Indah, (2018). Pengaruh Inovasi produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. ISSN: 2550-1178
- Suharsono dan Sari, (2019). Pengaruh Promosi Media *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo). ISSN 2621-3230
- Romdonah, Fathoni dan Haryono, (2015). Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih).
- Rahayu, (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Telur Asin di

Kelurahan Limbangan Wetan Kabupaten Brebes. ISSN  
2540-9026

Suharsono dan Sari, (2019). Pengaruh Promosi Media  
Online terhadap Keputusan Pembelian Produk  
Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo).  
ISSN:2621-3230

Sanjaya, (2015). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap  
Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro  
Medan. ISSN: 1693-7619, Vol. 06, No.02

Supriyati, Darham dan Herawati, (2017). Analisis  
Pengaruh Promosi dan Inovasi Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Batik Bungo Pada  
Rumah Batik Vinto Muara Bungo. ISSN: 2301-  
5268. Vol,06. No,02.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif dan  
Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

----- (2017). Metode Penelitian Bisnis. Bandung :  
Alfabeta.

Utami, Christina Widya. (2008). Manajemen Barang  
Dagang Dalam Bisnis Ritel.Malang : Bayumedia  
*Publishing*.

Yan, Repi dan Lumanauw, (2018).Pengaruh Promosi  
Penjualan dan Lokasi Terhadap Proses  
Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di PT  
Tridjaya Mulia Sukses Manado. ISSN 2303-1174

Lampiran 1  
Surat Ijin Penelitian



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

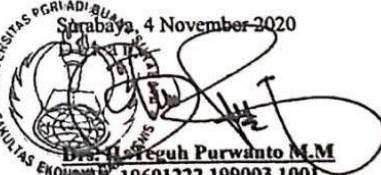
Nomor : 20258401/FEB/VI /2020  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Bpk H Amin  
Pemilik Peternakan Sapi  
Jl. Ki Hajar Dewantara  
di -  
Sidoarjo

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Dimas Dwi Andriansyah  
NIM : 171500204  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk Susu dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Peternakan Sapi Klagen Kec. Krian)

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 4 November 2020  
  
Dr. H. Teguh Purwanto M.M.  
NIP. 19601222.199003.1001

Lampiran 2  
Surat Balasan Tempat Penelitian

**SURAT BALASAN PENELITIAN**

Bahwa telah melakukan penelitian tentang Pengaruh Inovasi Produk susu dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Peternakan Sapi Perah KSU Waluyo Jati Dusun Klagan Desa Tropodo Kec. Krian Kab. Sidoarjo) Atas nama :

Nama : Dimas Dwi Andriansyah  
NIM : 171500204  
Program Studi : Manajemen  
Universitas : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 22 April 2021



Handwritten signature: H

Lampiran 3

Berita Acara Bimbingan Skripsi

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Dimas Dwi Andriansyah  
NIM : 171500204  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk Susu dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pertenakan Sapi Perah KSU Waluyo Jati Dusun Klagen Desa Tropodo Kec. Krian kab. Sidoarjo).  
Dosen Pembimbing I : Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr  
Dosen Pembimbing II : Edy Sulistiyawan, S.S.i., M.Si., Dr

**Materi Kepembimbingan**

No	Tanggal	MateriBimbingan	Keterangan	Tanda Tangan
1	21/10/2020	Judul	Acc	
2	01/11/2020	Bab 1	Revisi	
3	15/12/2020	Bab 1	Acc	
4	20/12/2020	Bab 2	Acc	
5	10/01/2021	Bab 3	Revisi	
6	15/01/2021	Bab 3	acc	
7	12/04/2021	Bab 4	Revisi	
8	15/04/2021	Bab 4	Acc	
9	19/05/2021	bab 5 + Artikel	Revisi	
10	24/05/2021	bab 5 + Artikel	Acc	

Surabaya, 24 Mei 2021

DosenPembimbing I

DosenPembimbing II

Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr  
NPP:1601751/DY

Edy Sulistiyawan, S.S.i., M.Si., Dr  
NPP : 0721067304/DY

Lampiran 4  
Berita Acara Ujian Proposal Skripsi



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.fc.unipasby.ac.id>

**BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI**

Padahari Jumat, 29 Januari 2021 bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap \*) Tahun Akademik 2020/2021

Nama Mahasiswa	: Dimas Dwi Andriansyah
NIM	: 171500204
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: PENGARUH INOVASI PRODUK SUSU DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pertenakan Sapi KSU Waluyo Jati Dusun Kalgen Desa Tropodo Kec. Krian Kab. Sidoarjo)

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	171500094	Dian AyuLestary	<i>Dian</i>
2	171500133	Moh. Farid Muktiyono Effendy	<i>Farid</i>
3	171500201	Firda Nur Aini	<i>Firda</i>
4	191600147	Yusuf Dwi Anggoro	<i>Yusuf</i>
5	171500199	Ericha Nurfadila	<i>Ericha</i>
6	171500148	Moch. Ma'arif Andri Yanto	<i>Moch</i>
7	171500038	Kevin Priambodo	<i>Kevin</i>
8	171500010	Deslaidy Dwi SisbiSusanto	<i>Deslaidy</i>
9	171500213	Irvan Ulul Azmi	<i>Irvan</i>
10	171500176	Fauzi	<i>Fauzi</i>
11	191500055	Nurul Mardiana	<i>Nurul</i>
12	171500104	Mohammad Alkah	<i>Mohammad</i>
13	171500092	SailendraSonya	<i>Sailendra</i>
14	171500212	Moh. Adzikir Qolbu I	<i>Moh. Adzikir</i>
15	171500204	Moch. Fahrul Novaldi	<i>Moch. Fahrul</i>
16	171500040	Ellese Margaretha Kohsya	<i>Ellese</i>

Surabaya, 21 Mei 2021




Penguji : I Ketut Surabagiarta, S.E., M.M.

Pembimbing : Edy Sulistiyawan, S.S.i., M.Si., Dr ( )

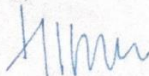
Lampiran 5  
Berita Acara Bimbingan Ujian Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Dimas Dwi Andriansyah  
NIM/Program Studi : 171500204/Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Susu (Studi Kasus Pertenakan Sapi UD Mulya Jati Dusun, Klagen Desa Tropodo Kec. Krian Kab. Sidoarjo)  
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Mei 2021  
Penguji : 1. Dra. Christina Menuk Sri H., S.E., M.M.  
2. Siti Syamsiah, SE., MM.

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	ParaPenguji	
			Penguji I	Penguji II
1	11 Juni 2021	Latar Belakang kerangka konseptual kuesioner dan Teori		
2	31 Juli 2021	Perbaikan Judul		
3	4 Agustus 2021	Perbaikan Pembahasan Hasil Penelitian.		
4	6 Agustus 2021	Penulisan Tabel		

Penguji I



Dra. Christina Menuk Sri H., S.E. M.M  
NIP. 195808081982032001

Surabaya, 12 Agustus 2021

Penguji II



Siti Syamsiah, SE., MM.  
NPP. 1511749/DY



## Kuesioner Penelitian

### a. Data Responden

Petunjuk : Isilah titik-titik ini dan berilah tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia sebagai jawaban yang menggambarkan identitas diri saudara.

Nama : .....

- Pekerjaan
- |                       |                          |                 |                          |
|-----------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| Pelajar / Mahasiswa   | <input type="checkbox"/> | Wirausaha       | <input type="checkbox"/> |
| Karyawan Swasta / PNS | <input type="checkbox"/> | Sopir           | <input type="checkbox"/> |
| Guru / Dosen          | <input type="checkbox"/> | Lainnya : ..... |                          |
- Pendapatan
- |                       |                          |                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| $1.000.000 \leq$      | <input type="checkbox"/> | $3.000.000-5.000.000$ | <input type="checkbox"/> |
| $1.000.000-3.000.000$ | <input type="checkbox"/> | $5.000.000 \geq$      | <input type="checkbox"/> |

#### A. Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban yang paling tepat dan sesuai dengan kondisi anda dengan memberikan anda centang (✓) pada salah satu alternatif yang telah tersedia. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 (lima) pilihan jawaban :

- SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
N = Ragu - Ragu  
TS = Tidak Setuju  
STS = Sangat Tidak Setuju

### Inovasi Produk

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<b>Tambahan pada lini produk yang telah ada.</b>						
1	Ukuran produk susu sapi perah sangat beragam					
2	Terdapat variasi ukuran produk susu sapi perah					
3	Sudah sesuai ukuran kemasan produk sapi perah untuk menarik minat konsumen					
<b>Perbaikan dan revisi produk yang telah ada</b>						
1	Produk susu sapi perah tidak memiliki daya tahan lama					
2	Susu sapi perah tidak memiliki varian rasa					
3	Kualitas produk susu sapi perah bagus					
<b>Penentuan kembali.</b>						
1	Melakukan kerjasama dengan perusahaan					
2	Melakukan kerjasama dengan kedai minuman					
3	Melakukan kerjasama dengan Home industri					

### Promosi

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<b>Advertaishing (periklanan)</b>						
1	Melakukan promosi lewat website					

2	Melakukan promosi lokasi di internet					
3	Dengan melakukan promosi produk susu sapi perah di internet agar dapat lebih di kenal.					
<b>Direct marketing (secara langsung)</b>						
1	Mendapatkan informasi sebelum membeli					
2	Menumbuhkan minat beli					
3	Mendapatkan Informasi dari orang lain					

### Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<b>Pencarian informasi</b>						
1	Mencari informasi dari orang lain					
2	Mencari informasi yang valid					
3	Tidak mendapatkan kendala dalam mencari informasi					
<b>Keputusan pembelian</b>						
1	Mendapatkan rekomendasi susu sapi perah dari teman					
2	Bersedia					

	merekendasikan susu sapi perah kepada orang lain					
3	Adanya keinginan untuk membeli setelah mendapat rekomendasi dari saudara atau orang terdekat					
<b>Perilaku pasca pembelian</b>						
1	Lokasi yang mudah di jangkau					
2	Produk susu sapi perah sudah dapat menarik minat konsumen					
3	Produk susu sapi perah sudah sesuai harapan konsumen					



11	Res 11	5	4	4	5	4	5	4	4	5	40
12	Res 12	5	4	4	4	5	5	4	4	4	39
13	Res 13	5	4	4	4	4	4	5	4	5	39
14	Res 14	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
15	Res 15	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
16	Res 16	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40
17	Res 17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
18	Res 18	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
19	Res 19	5	5	4	4	4	5	5	4	5	41
20	Res 20	4	4	5	4	5	5	4	5	5	41
21	Res 21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	Res 22	5	4	5	4	4	5	5	4	5	41
23	Res 23	5	4	4	4	4	5	4	4	5	39
24	Res 24	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39
25	Res 25	4	5	4	4	4	5	4	5	4	39
26	Res 26	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
27	Res 27	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42



45	Res 45	4	3	3	4	4	4	3	2	2	28
46	Res 46	5	4	4	5	4	2	4	4	4	36
47	Res 47	5	4	5	5	4	4	4	4	4	39
48	Res 48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	Res 49	5	3	4	4	4	4	3	3	3	30
50	Res 50	5	4	5	4	5	4	5	5	5	42
51	Res 51	4	4	3	4	4	4	4	5	4	36
52	Res 52	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
53	Res 53	4	5	4	4	4	4	5	4	3	36
54	Res 54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	Res 55	3	4	4	4	4	4	3	3	4	31
56	Res 56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
57	Res 57	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
58	Res 58	4	4	4	5	5	5	3	4	4	35
59	Res 59	4	4	4	5	5	5	4	4	4	36
60	Res 60	4	5	5	5	5	4	4	4	5	41
61	Res 61	4	5	5	5	5	4	4	4	5	41



62	Res 62	5	5	5	4	5	4	3	3	3	37
63	Res 63	5	5	4	4	4	4	5	4	4	39
64	Res 64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
65	Res 65	4	4	4	5	5	5	4	5	5	38
66	Res 66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
67	Res 67	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
68	Res 68	4	5	5	4	4	5	4	5	5	41
69	Res 69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	Res 70	4	4	4	5	5	5	4	4	4	36
71	Res 71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
72	Res 72	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
73	Res 73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
74	Res 74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
75	Res 75	4	4	4	5	5	5	4	4	4	36
76	Res 76	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
77	Res 77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
78	Res 78	4	4	4	5	5	4	4	4	4	34

79	Res 79	4	5	5	5	5	5	4	4	4	41
80	Res 80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35
81	Res 81	4	4	3	4	4	2	4	4	4	33
82	Res 82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
83	Res 83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
84	Res 84	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
85	Res 85	4	4	5	5	4	4	4	4	5	39
86	Res 86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
87	Res 87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	Res 88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
89	Res 89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
90	Res 90	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
91	Res 91	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
92	Res 92	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
93	Res 93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
94	Res 94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
95	Res 95	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43

No	Responden	Variabel X2						Total X2
		<i>Advertaishing</i> (periklanan)			<i>Direct marketing</i> (secara langsung)			
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 1	Item 2	Item 3	
1	Res 1	5	4	5	5	5	5	29
2	Res 2	5	5	5	4	4	4	27
3	Res 3	5	4	5	5	4	5	28
4	Res 4	5	5	5	4	5	4	28
5	Res 5	5	5	5	2	4	4	25
6	Res 6	4	5	5	4	4	4	26
7	Res 7	4	4	5	4	4	5	26
8	Res 8	4	4	5	4	4	4	25
9	Res 9	5	5	5	5	5	5	30
10	Res 10	5	4	4	4	5	4	26
11	Res 11	4	5	5	4	5	4	27
12	Res 12	5	5	5	4	5	5	29
13	Res 13	5	5	4	4	4	4	26

14	Res 14	4	4	5	4	4	4	25
15	Res 15	5	5	5	5	4	5	29
16	Res 16	4	4	5	4	4	4	25
17	Res 17	5	5	5	5	4	5	29
18	Res 18	5	4	4	4	4	4	25
19	Res 19	4	5	4	5	4	5	27
20	Res 20	5	5	5	4	4	5	28
21	Res 21	5	5	5	4	5	5	29
22	Res 22	5	5	4	5	4	4	27
23	Res 23	4	5	4	4	4	5	26
24	Res 24	4	4	4	4	4	4	24
25	Res 25	4	4	4	5	4	5	26
26	Res 26	4	4	4	5	4	4	25
27	Res 27	4	4	5	5	4	4	26
28	Res 28	4	4	4	5	4	4	25
29	Res 29	4	4	4	5	4	4	25
30	Res 30	4	4	4	5	5	4	26

31	Res 31	5	5	4	4	4	4	26
32	Res 32	4	2	5	3	4	4	22
33	Res 33	5	5	5	5	5	5	30
34	Res 34	5	4	4	5	5	5	28
35	Res 35	4	4	4	5	4	4	25
36	Res 36	4	4	2	2	4	4	20
37	Res 37	5	5	5	5	5	5	30
38	Res 38	5	5	4	4	5	4	27
39	Res 39	4	5	4	5	5	5	28
40	Res 40	4	4	5	5	4	4	26
41	Res 41	5	5	5	5	5	5	30
42	Res 42	4	4	4	4	5	4	25
43	Res 43	5	5	5	5	5	5	30
44	Res 44	4	4	4	4	4	4	24
45	Res 45	4	3	3	4	3	4	21
46	Res 46	5	4	5	4	4	5	27
47	Res 47	5	5	5	5	5	5	30

48	Res 48	5	5	5	5	5	5	30
49	Res 49	4	4	3	4	4	4	23
50	Res 50	4	5	4	5	4	5	27
51	Res 51	4	4	5	4	3	3	23
52	Res 52	4	5	3	4	4	4	24
53	Res 53	5	4	4	4	3	5	25
54	Res 54	4	4	5	5	5	5	28
55	Res 55	4	4	4	5	4	5	26
56	Res 56	5	5	5	5	5	5	30
57	Res 57	5	5	5	5	5	4	29
58	Res 58	4	5	1	5	5	4	24
59	Res 59	4	4	5	4	4	4	25
60	Res 60	5	4	3	4	4	4	24
61	Res 61	5	4	3	4	4	4	24
62	Res 62	4	3	4	4	4	4	23
63	Res 63	4	3	3	4	4	4	22
64	Res 64	5	5	5	5	4	4	28

65	Res 65	5	5	4	4	4	4	26
66	Res 66	4	4	4	4	3	3	22
67	Res 67	4	4	4	3	4	3	22
68	Res 68	4	4	4	4	4	4	24
69	Res 69	3	3	4	4	4	4	22
70	Res 70	5	5	4	4	4	4	26
71	Res 71	4	4	3	4	3	3	21
72	Res 72	4	3	4	3	4	4	22
73	Res 73	4	4	4	4	2	4	22
74	Res 74	3	3	3	3	3	3	18
75	Res 75	3	3	4	3	3	3	19
76	Res 76	4	4	4	4	4	4	24
77	Res 77	5	5	5	5	5	5	30
78	Res 78	5	5	5	5	5	5	30
79	Res 79	5	5	5	5	5	4	29
80	Res 80	4	4	4	3	3	3	21
81	Res 81	4	4	4	5	4	2	23

82	Res 82	4	4	4	4	4	4	24
83	Res 83	4	4	4	4	3	3	22
84	Res 84	5	4	5	4	4	4	26
85	Res 85	4	4	4	4	4	4	24
86	Res 86	5	5	5	5	5	5	30
87	Res 87	4	3	4	5	5	5	26
88	Res 88	4	4	5	5	5	5	28
89	Res 89	4	4	4	4	4	4	24
90	Res 90	4	4	5	4	4	4	25
91	Res 91	5	5	5	5	5	5	30
92	Res 92	4	4	4	4	4	3	23
93	Res 93	5	4	4	4	4	3	24
94	Res 94	5	5	5	4	4	4	27
95	Res 95	5	4	4	4	4	3	24



No	Responden	Variabel Y									Total Y
		Pencarian informasi			Keputusan pembelian			Perilaku pasca pembelian			
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 1	Item 2	Item 3	Item 1	Item 2	Item 3	
1	Res 1	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
2	Res 2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	39
3	Res 3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42
4	Res 4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	39
5	Res 5	4	5	5	4	2	5	5	5	5	40
6	Res 6	4	4	5	2	4	4	5	4	5	37
7	Res 7	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
8	Res 8	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
9	Res 9	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43
10	Res 10	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
11	Res 11	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40
12	Res 12	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
13	Res 13	4	4	5	4	4	4	5	5	4	39

14	Res 14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
15	Res 15	5	4	5	5	5	3	5	5	5	42
16	Res 16	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
17	Res 17	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42
18	Res 18	5	4	4	4	4	4	4	5	5	39
19	Res 19	5	4	5	5	5	4	4	5	4	41
20	Res 20	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
21	Res 21	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
22	Res 22	5	4	5	5	5	4	5	4	4	41
23	Res 23	5	4	4	5	4	5	5	4	4	40
24	Res 24	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40
25	Res 25	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
26	Res 26	4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
27	Res 27	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
28	Res 28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
29	Res 29	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
30	Res 30	5	4	5	4	4	4	5	4	4	39

31	Res 31	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
32	Res 32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
33	Res 33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
34	Res 34	4	5	5	5	5	5	4	4	4	41
35	Res 35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
36	Res 36	4	4	3	4	4	2	4	4	4	33
37	Res 37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	Res 38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	Res 39	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
40	Res 40	4	4	5	5	4	4	4	4	5	39
41	Res 41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
42	Res 42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
43	Res 43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
44	Res 44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
45	Res 45	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
46	Res 46	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
47	Res 47	5	5	4	5	5	5	5	4	5	43

48	Res 48	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
49	Res 49	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
50	Res 50	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
51	Res 51	5	5	4	4	4	5	4	3	4	38
52	Res 52	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
53	Res 53	4	3	5	4	5	3	4	4	5	37
54	Res 54	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
55	Res 55	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
56	Res 56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
57	Res 57	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40
58	Res 58	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
59	Res 59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	Res 60	4	5	5	5	4	3	5	4	4	39
61	Res 61	4	5	5	5	4	3	5	4	4	39
62	Res 62	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39
63	Res 63	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
64	Res 64	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33

65	Res 65	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
66	Res 66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
67	Res 67	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
68	Res 68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
69	Res 69	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
70	Res 70	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
71	Res 71	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
72	Res 72	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
73	Res 73	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
74	Res 74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
75	Res 75	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
76	Res 76	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
77	Res 77	5	3	5	4	4	4	3	2	2	32
78	Res 78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
79	Res 79	5	5	5	4	5	4	5	5	4	42
80	Res 80	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
81	Res 81	4	2	4	5	5	5	2	2	2	31



Lampiran 7  
 Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden

**Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	16	16,8	16,8	16,8
2,00	41	43,2	43,2	60,0
3,00	1	1,1	1,1	61,1
Valid 4,00	15	15,8	15,8	76,8
5,00	3	3,2	3,2	80,0
6,00	19	20,0	20,0	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Pendapatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	33	34,7	34,7	34,7
2,00	37	38,9	38,9	73,7
Valid 3,00	24	25,3	25,3	98,9
4,00	1	1,1	1,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Hasil uji frekuensi jawaban responden variabel Inovasi Produk Susu (X1)

**Ukuran produk susu sapi perah sangat beragam**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RR	1	1,1	1,1	1,1
S	50	52,6	52,6	53,7
SS	44	46,3	46,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Terdapat variasi ukuran produk susu sapi perah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	4	4,2	4,2	5,3
S	49	51,6	51,6	56,8
SS	41	43,2	43,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	



**Sudah sesuai ukuran kemasan produk sapi perah untuk  
menarik minat konsumen**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RR	3	3,2	3,2	3,2
S	51	53,7	53,7	56,8
SS	41	43,2	43,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Statistics**

	Ukuran produk susu sapi perah sangat beragam	Terdapat variasi ukuran produk susu sapi perah	Sudah sesuai ukuran kemasan produk sapi perah untuk menarik minat konsumen
N	Valid 95	95	95
	Missing 0	0	0
Mean	4,4526	4,3684	4,4000
Std. Deviation	,52122	,61976	,55352
Minimum	3,00	2,00	3,00
Maximum	5,00	5,00	5,00
Percentiles	10 4,0000	4,0000	4,0000
	20 4,0000	4,0000	4,0000

25	4,0000	4,0000	4,0000
30	4,0000	4,0000	4,0000
40	4,0000	4,0000	4,0000
50	4,0000	4,0000	4,0000
60	5,0000	5,0000	5,0000
70	5,0000	5,0000	5,0000
75	5,0000	5,0000	5,0000
80	5,0000	5,0000	5,0000
90	5,0000	5,0000	5,0000

**Produk susu sapi perah perlu ada rekayasa teknologi baru**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
S	49	51,6	51,6	51,6
Valid SS	46	48,4	48,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Susu sapi perah tidak memiliki varian rasa**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
RR	1	1,1	1,1	1,1
Valid S	55	57,9	57,9	58,9
SS	39	41,1	41,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Kualitas produk susu sapi perah bagus**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	2,1	2,1	2,1
RR	1	1,1	1,1	3,2
Valid S	50	52,6	52,6	55,8
SS	42	44,2	44,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Statistics**

	Produk susu sapi perah perlu ada rekayasa teknologi baru	Susu sapi perah tidak memiliki varian rasa	Kualitas produk susu sapi perah bagus	
N	Valid	95	95	95
	Missing	0	0	0
Mean		4,4842	4,4000	4,3895
Std. Deviation		,50240	,51364	,62390
Minimum		4,00	3,00	2,00
Maximum		5,00	5,00	5,00
Percentiles	10	4,0000	4,0000	4,0000
	20	4,0000	4,0000	4,0000
	25	4,0000	4,0000	4,0000
	30	4,0000	4,0000	4,0000
	40	4,0000	4,0000	4,0000
	50	4,0000	4,0000	4,0000

60	5,0000	5,0000	5,0000
70	5,0000	5,0000	5,0000
75	5,0000	5,0000	5,0000
80	5,0000	5,0000	5,0000
90	5,0000	5,0000	5,0000

### Melakukan kerjasama dengan perusahaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	2,1	2,1	2,1
RR	9	9,5	9,5	11,6
Valid S	52	54,7	54,7	66,3
SS	32	33,7	33,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

### Melakukan kerjasama dengan kedai minuman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	3,2	3,2	3,2
RR	5	5,3	5,3	8,4
Valid S	55	57,9	57,9	66,3
SS	32	33,7	33,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Melakukan kerjasama dengan Home industri**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	3,2	3,2	3,2
RR	5	5,3	5,3	8,4
Valid S	48	50,5	50,5	58,9
SS	39	41,1	41,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Statistics**

	Melakukan kerjasama dengan perusahaan	Melakukan kerjasama dengan kedai minuman	Melakukan kerjasama dengan Home industri
N	Valid 95	Valid 95	Valid 95
	Missing 0	Missing 0	Missing 0
Mean	4,2000	4,2211	4,2947
Std. Deviation	,69343	,68694	,71271
Minimum	2,00	2,00	2,00
Maximum	5,00	5,00	5,00
Percentiles	10 3,0000	10 4,0000	10 4,0000
	20 4,0000	20 4,0000	20 4,0000
	25 4,0000	25 4,0000	25 4,0000
	30 4,0000	30 4,0000	30 4,0000
	40 4,0000	40 4,0000	40 4,0000

50	4,0000	4,0000	4,0000
60	4,0000	4,0000	5,0000
70	5,0000	5,0000	5,0000
75	5,0000	5,0000	5,0000
80	5,0000	5,0000	5,0000
90	5,0000	5,0000	5,0000

### Melakukan promosi lewat website

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
RR	3	3,2	3,2	3,2
S	50	52,6	52,6	55,8
SS	42	44,2	44,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

### Melakukan promosi lokasi di internet

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	8	8,4	8,4	9,5
S	48	50,5	50,5	60,0
SS	38	40,0	40,0	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Dengan melakukan promosi produk susu sapi perah di internet agar dapat lebih di kenal.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	1	1,1	1,1	2,1
	RR	8	8,4	8,4	10,5
	S	43	45,3	45,3	55,8
	SS	42	44,2	44,2	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

**Statistics**

		Melakukan promosi lewat website	Melakukan promosi lokasi di internet	Dengan melakukan promosi produk susu sapi perah di internet agar dapat lebih di kenal.
N	Valid	95	95	95
	Missing	0	0	0
Mean		4,4105	4,2947	4,3053
Std. Deviation		,55534	,66642	,75897
Minimum		3,00	2,00	1,00
Maximum		5,00	5,00	5,00
Percent iles	10	4,0000	3,6000	3,0000
	20	4,0000	4,0000	4,0000
	25	4,0000	4,0000	4,0000
	30	4,0000	4,0000	4,0000

	40	4,0000	4,0000	4,0000
	50	4,0000	4,0000	4,0000
	60	5,0000	4,6000	5,0000
	70	5,0000	5,0000	5,0000
	75	5,0000	5,0000	5,0000
	80	5,0000	5,0000	5,0000
	90	5,0000	5,0000	5,0000

Hasil uji frekuensi jawaban responden variabel Promo(X2)

**Mendapatkan informasi sebelum membeli**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	2,1	2,1	2,1
RR	6	6,3	6,3	8,4
Valid S	49	51,6	51,6	60,0
SS	38	40,0	40,0	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Menumbuhkan minat beli**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	9	9,5	9,5	10,5
Valid S	56	58,9	58,9	69,5
SS	29	30,5	30,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	



### Mendapatkan Informasi dari orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	11	11,6	11,6	12,6
Valid S	51	53,7	53,7	66,3
SS	32	33,7	33,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

### Statistics

	Mendapatkan informasi sebelum membeli	Menumbuhkan minat beli	Mendapatkan Informasi dari orang lain
N	Valid Missing	95 0	95 0
Mean		4,2947	4,1895
Std. Deviation		,68220	,64072
Minimum		2,00	2,00
Maximum		5,00	5,00
Percentiles	10	4,0000	3,0000
	20	4,0000	4,0000
	25	4,0000	4,0000
	30	4,0000	4,0000
	40	4,0000	4,0000

50	4,0000	4,0000	4,0000
60	4,6000	4,0000	4,0000
70	5,0000	5,0000	5,0000
75	5,0000	5,0000	5,0000
80	5,0000	5,0000	5,0000
90	5,0000	5,0000	5,0000

### Mencari informasi dari orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,1	1,1	1,1
S	55	57,9	57,9	58,9
SS	39	41,1	41,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

### Mencari infromasi yang valid

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,1	2,1	2,1
RR	4	4,2	4,2	6,3
S	55	57,9	57,9	64,2
SS	34	35,8	35,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Tidak mendapatkan kendalah dalam mencari informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RR	2	2,1	2,1	2,1
S	45	47,4	47,4	49,5
SS	48	50,5	50,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Statistics**

	Mencari informasi dari orang lain	Mencari infromasi yang valid	Tidak mendapatkan kendalah dalam mencari informasi
N	Valid 95	95	95
	Missing 0	0	0
Mean	4,3895	4,2737	4,4842
Std. Deviation	,55149	,64317	,54310
Minimum	2,00	2,00	3,00
Maximum	5,00	5,00	5,00
Percentiles	10	4,0000	4,0000
	20	4,0000	4,0000
	25	4,0000	4,0000
	30	4,0000	4,0000
	40	4,0000	4,0000

50	4,0000	4,0000	5,0000
60	5,0000	4,0000	5,0000
70	5,0000	5,0000	5,0000
75	5,0000	5,0000	5,0000
80	5,0000	5,0000	5,0000
90	5,0000	5,0000	5,0000

Hasil uji frekuensi jawaban responden variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

**Mendapatkan rekomendasi susu sapi perah dari teman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	2	2,1	2,1	3,2
Valid S	55	57,9	57,9	61,1
SS	37	38,9	38,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Bersedia merekomendasikan susu sapi perah kepada orang  
lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	5	5,3	5,3	6,3
Valid S	55	57,9	57,9	64,2
SS	34	35,8	35,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Adanya keinginan untuk membeli setelah mendapat  
rekomendasi dari saudara atau orang terdekat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	13	13,7	13,7	14,7
Valid S	58	61,1	61,1	75,8
SS	23	24,2	24,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

### Statistics

		Mendapatkan rekomendasi susu sapi perah dari teman	Bersedia merekomendasikan susu sapi perah kepada orang lain	Adanya keinginan untuk membeli setelah mendapat rekomendasi dari saudara atau orang terdekat
N	Valid	95	95	95
	Missing	0	0	0
Mean		4,3474	4,2842	4,0842
Std. Deviation		,57922	,61303	,64681
Minimum		2,00	2,00	2,00
Maximum		5,00	5,00	5,00
Percentiles	10	4,0000	4,0000	3,0000
	20	4,0000	4,0000	4,0000
	25	4,0000	4,0000	4,0000
	30	4,0000	4,0000	4,0000
	40	4,0000	4,0000	4,0000
	50	4,0000	4,0000	4,0000
	60	4,0000	4,0000	4,0000
	70	5,0000	5,0000	4,0000
	75	5,0000	5,0000	4,0000

80	5,0000	5,0000	5,0000
90	5,0000	5,0000	5,0000

**Lokasi yang mudah di jangkau**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1,1	1,1	1,1
RR	7	7,4	7,4	8,4
Valid S	47	49,5	49,5	57,9
SS	40	42,1	42,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Produk susu sapi perah sudah dapat menarik minat konsumen**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	3,2	3,2	3,2
RR	6	6,3	6,3	9,5
Valid S	59	62,1	62,1	71,6
SS	27	28,4	28,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Produk susu sapi perah sudah sesuai harapan konsumen**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	3,2	3,2	3,2
RR	6	6,3	6,3	9,5
Valid S	57	60,0	60,0	69,5
SS	29	30,5	30,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Statistics**

		Lokasi yang mudah di jangkau	Produk susu sapi perah sudah dapat menarik minat konsumen	Produk susu sapi perah sudah sesuai harapan konsumen
N	Valid	95	95	95
	Missing	0	0	0
Mean		4,3263	4,1579	4,1789
Std. Deviation		,65950	,67344	,68384
Minimum		2,00	2,00	2,00
Maximum		5,00	5,00	5,00
Percentiles	10	4,0000	3,6000	3,6000
	20	4,0000	4,0000	4,0000
	25	4,0000	4,0000	4,0000
	30	4,0000	4,0000	4,0000



40	4,0000	4,0000	4,0000
50	4,0000	4,0000	4,0000
60	5,0000	4,0000	4,0000
70	5,0000	4,0000	5,0000
75	5,0000	5,0000	5,0000
80	5,0000	5,0000	5,0000
90	5,0000	5,0000	5,0000

Hasil Uji Validitas variabel (X1)

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ukuran produk susu sapi perah sangat beragam	8,7684	1,031	,482	,660
Terdapat variasi ukuran produk susu sapi perah	8,8526	,829	,531	,606
Sudah sesuai ukuran kemasan produk sapi perah untuk menarik minat konsumen	8,8211	,914	,559	,566

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk susu sapi perah perlu ada rekayasa teknologi baru	8,7895	,891	,486	,535
Susu sapi perah tidak memiliki varian rasa	8,8737	,856	,510	,501
Kualitas produk susu sapi perah bagus	8,8842	,763	,415	,647

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Melakukan kerjasama dengan perusahaan	8,5158	1,699	,650	,847
Melakukan kerjasama dengan kedai minuman	8,4947	1,529	,797	,707
Melakukan kerjasama dengan Home industri	8,4211	1,587	,702	,799

Hasil Uji Validitas variabel (X2)

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Melakukan promosi lewat website	8,6000	1,328	,608	,463
Melakukan promosi lokasi di internet	8,7158	1,206	,523	,533
Dengan melakukan promosi produk susu sapi perah di internet agar dapat lebih di kenal.	8,7053	1,210	,376	,756

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Mendapatkan informasi sebelum membeli	8,3895	1,347	,552	,708
Menumbuhkan minat beli	8,4947	1,380	,595	,660
Mendapatkan Informasi dari orang lain	8,4842	1,295	,604	,647

Hasil Uji Validitas variabel (Y)

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Mencari informasi dari orang lain.	8,7579	,930	,499	,476
Mencari infromasi yang valid.	8,8737	,814	,464	,527
Tidak mendapatkan kendalan dalam mencari informasi.	8,6632	1,034	,395	,612

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Mendapatkan rekomendasi susu sapi perah dari teman Bersedia.	8,3684	1,086	,473	,538
merekomendasikan susu sapi perah kepada orang lain.	8,4316	,993	,511	,481
Adanya keinginan untuk membeli setelah mendapat rekomendasi dari saudara atau orang terdekat.	8,6316	1,044	,402	,637



### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Lokasi yang mudah di jangkau.	8,3368	1,545	,682	,807
Produk susu sapi perah sudah dapat menarik minat konsumen.	8,5053	1,423	,760	,731
Produk susu sapi perah sudah sesuai harapan konsumen.	8,4842	1,486	,686	,805

Hasil Uji Reliabilitas  
Uji Reliabilitas  
X1.1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,704	3

Uji Reliabilitas  
X1.3

Uji Reliabilitas  
X1.2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,654	3

Uji Reliabilitas  
X2.1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,847	3

Uji Reliabilitas  
X2.2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,675	3

Uji Reliabilitas  
Y.1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,847	3

Uji Reliabilitas  
Y.2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,639	3

Uji Reliabilitas  
Y.3

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,650	3

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	3

Uji Asumsi Klasik  
 Uji Multikolonieritas

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
1	Inovasi Produk	,984	1,016
	Promosi	,984	1,016

a. Dependent Varibel : Keputusan Pembelian Konsumen.

Uji Autokolerasi

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,629 <sup>a</sup>	,396	,383	2,83853	1,890

Uji Heteroskedastisitas gleser

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

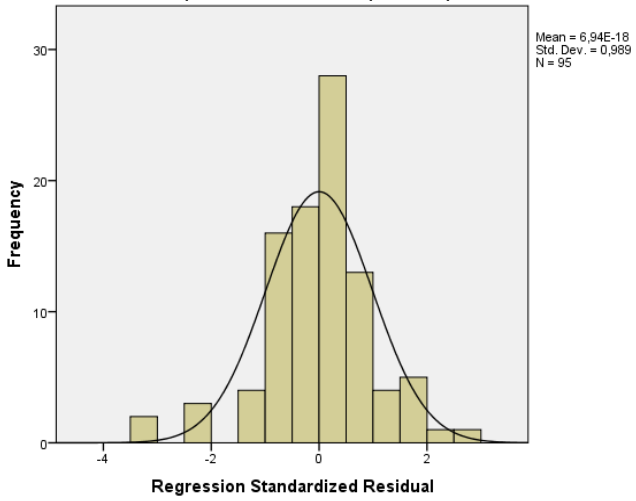
		Unstandardize d Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,80816841
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,077
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,748
Asymp. Sig. (2-tailed)		,630

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

### Histogram

Dependent Variable: Keputusan pembelian



Uji-t

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,882	2,486		1,159	,249
Inovasi Produk	-,020	,050	-,043	-,409	,683
Promosi	-,001	,071	-,002	-,019	,985

a. Dependent Variable: aBRESID

Uji-F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,634	2	,317	,086	,917 <sup>b</sup>
Residual	338,358	92	3,678		
Total	338,992	94			

a. Dependent Variable: aBRESID    b.Prediction: (Constanst), Promosi, Inovasi  
Produk