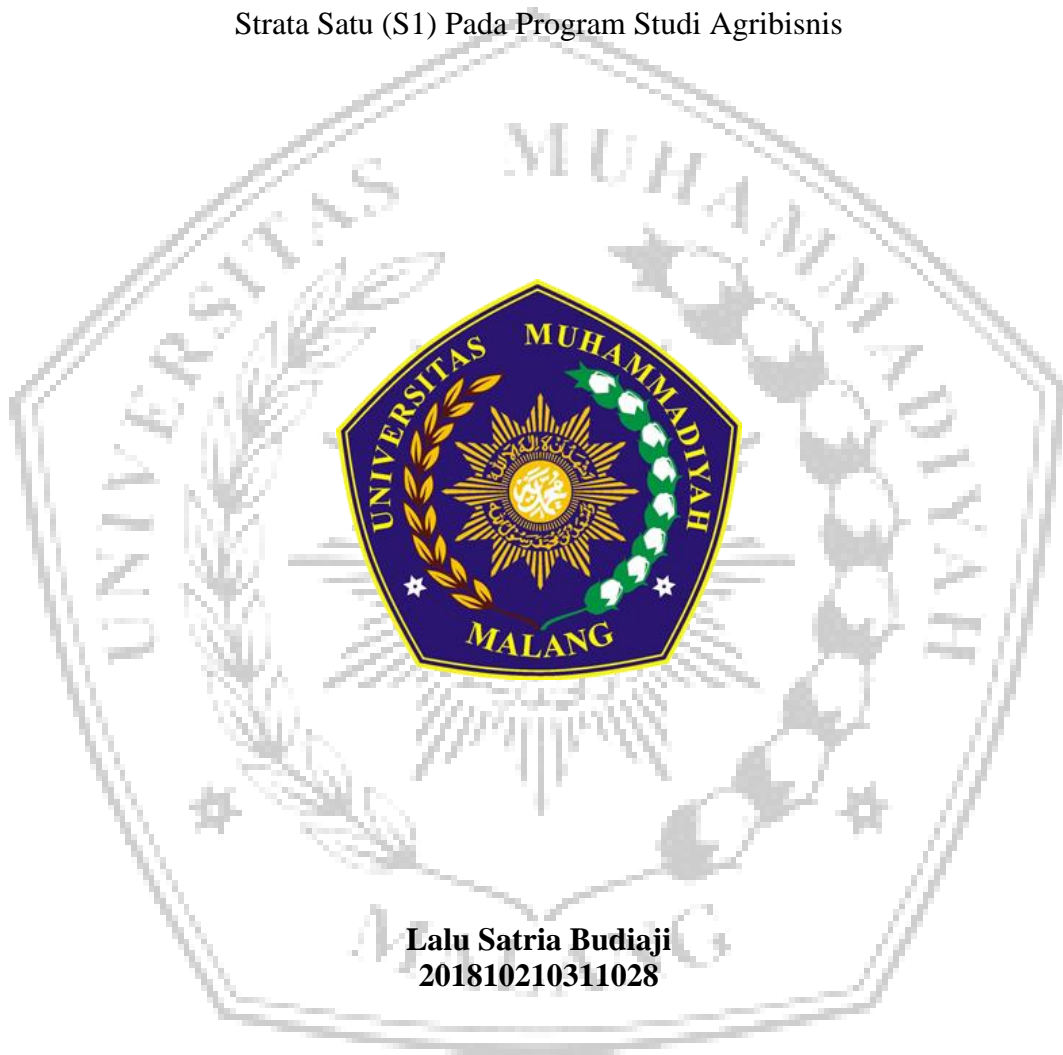


**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN OMBAK *FOOD* DI DESA
BONJERUK, LOMBOK TENGAH.**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S1) Pada Program Studi Agribisnis



**Lalu Satria Budiaji
201810210311028**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN OMBAK *FOOD* DI DESA
BONJERUK, LOMBOK TENGAH.**

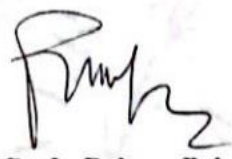
Oleh:

Lalu Satria Budiaji
NIM: 201810210311028

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama,

Malang, 15 Oktober 2024


Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.
NIP: 196501011990032001
Pembimbing Pendamping,

Malang, 15 Oktober 2024

an

Fithri Mufrianti, S.P., M.P.
NIP: 20210722071976

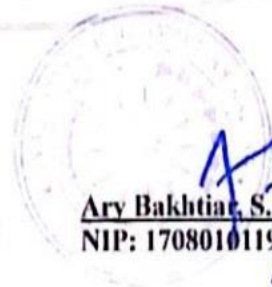
Malang, 15 Oktober 2024
Mengesahkan:

An. Dekan
Wakil Dekan I

Ketua Program Studi Agribisnis



Dr. Henik Sukorini, M.P., Ph.D., IPM.
NIP: 10593110359



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.
NIP: 170801011992

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN OMBAK *FOOD* DI DESA
BONJERUK, LOMBOK TENGAH.

Oleh:

Lalu Satria Budiaji
NIM: 201810210311028

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Pertanian Peternakan
Universitas Muhammadiyah Malang Nomor: E.2.b/655/FPP-UMM/VII/2024 dan
Rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas Pertanian - Peternakan UMM Pada
Tanggal: 23 Juli 2024 dan Keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada
tanggal: 15 Oktober 2024

Dewan Penguji

Penguji I,

Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.
NIP: 196501011990032001

Penguji II,

Fithri Mufriantje, S.P., M.P.
NIP: 20210722071976

Penguji III

Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P.
NIP: 96809161993032001

Penguji IV,

Dr. Ir. Anas Tain, M.M.
NIP: 196602211991011001

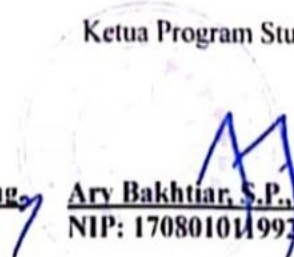
Malang 15 Oktober 2024

Mengesahkan:



Prof. Dr. Ir. Agus Winaya, M.M., M.Si., IPU., ASEAN eng.
NIP: 196405141990031002

Ketua Program Studi Agribisnis



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.
NIP: 170801011993

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lalu Satria Budiaji

NIM : 201810210311028

Fakultas : Pertanian-Peternakan

Tempat, Tanggal Lahir : Montong Gedeng, 21 Mei 2000

Agama : Islam

Dengan menyebut nama Allah SWT, Saya menyatakan dengan sebenar benarnya dan sesungguhnya bahwa:

1. Karya ilmiah ini adalah karya akademik saya asli, yang saya susun berdasarkan dari hasil penelitian yang saya lakukan.
2. Saya tidak melakukan plagiasi, duplikasi dan replikasi dari hasil penelitian orang lain yang menyebabkan karya ilmiah ini tidak otentik.
3. Karya ilmiah ini, telah disusun dengan persetujuan dan bimbingan dari Dewan Pembimbing dan telah diuji dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya bertanggung jawab sepenuhnya terhadap pernyataan ini.

Mengetahui,
Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.
NIP: 196501011990032001

Malang, 15 Oktober 2024
Yang Menyatakan



Lalu Satria Budiaji
NIM: 201810210311028

ABSTRAK

Lalu Satria BudiAji, 201810210311028, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Ombak Food Di Desa Bonjeruk, Lombok Tengah. Dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M dan Fithri Mufriantie, S.P., M.P

UMKM Ombak *Food* adalah salah satu bisnis unggulan di Desa Bonjeruk yang memasarkan produk makanan ringan sehat yang dibuat dari hasil holtikultura tanaman. Adapun tujuan dari penelitian ini pertama, untuk mengetahui bagaimana inovasi produk, harga, citra merek, dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian makanan ringan Ombak Food. Kedua, bagaimana inovasi dan kualitas produk memengaruhi tingkat kepuasan konsumen makanan ringan Ombak Food. Terakhir, bagaimana keputusan pembelian memengaruhi kepuasan konsumen di Desa Bonjeruk, Lombok Tengah. Studi ini dilakukan dari Desember 2023 hingga Januari 2024. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) adalah teknik analisisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, harga produk, dan kualitas produk sangat memengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu citra merek tidak memengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu keputusan pembelian memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen makanan ringan Ombak *Food*.

Kata Kunci: Ombak Food, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

Lalu Satria BudiAji, 201810210311028, Factors that influence purchasing decisions and consumer satisfaction of Ombak Food in Bonjeruk Village, Central Lombok. Under the guidance of Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M and Fithri Mufriantie, S.P., M.P

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play an important and strategic role in Indonesia's economic development, especially in Central Lombok Regency. MSMEs are one of the leading sectors that are the pillars of the Indonesian economy. Bonjeruk Village in Central Lombok Regency has many small and medium MSMEs. In the Sustainable Food Home Area (KRPL), Ombak Food MSME is one of the leading businesses in Bonjeruk Village. Healthy snacks made from horticultural crops are produced by the Ombak Food company. Ombak Food businesses must continue to innovate and produce high-quality products to meet customer needs and satisfaction due to intense competition for MSME players in Bonjeruk Village. So, the objectives of this study are: To find out how product innovation, price, brand image, and product quality affect purchasing decisions for Ombak Food snacks; how product innovation and quality affect the level of consumer satisfaction of Ombak Food snacks; and how purchasing decisions affect consumer satisfaction in Bonjeruk Village, Central Lombok. This study was conducted from December 2023 to January 2024. This study used accedental type non-probability sampling. Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) was the analysis technique. The results showed that brand image, product quality, and product innovation strongly influence purchasing decisions. While price does not affect purchasing decisions. Consumers are also strongly influenced by product innovation and quality. Meanwhile, purchasing decisions have a strong relationship with consumer satisfaction for Ombak Food snacks.

Keywords: Ombak Food, Purchase Decision, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan berkah atas segala karunia yang diberikan kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Preferensi Dan Kepuasan petani Terhadap Varietas Benih padi Unggul Di Desa Soriutu Kecamatan Manggelewa Kabupaten Dompu”. Sholawat serta salam selalu tucurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang mengikuti hingga akhir kelak.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Peneliti ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa berupa Kesehatan sehingga saya dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Rahayu, M.M selaku dosen pembimbing I, atas waktu, nasihat, dan kesabarannya dalam membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Fithri Mufriantje S.P, M.P. selaku Dosen Pembimbing II, atas waktu, nasihat, dan kesabarannya dalam membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Baiq Sudi Hartini sebagai ibu saya yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada peneliti hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga H. Lalu yang memberi dukungan serta semangat kepada peneliti hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Aldo dan Gunawan yang telah memberikan banyak semangat, masukan, doa, motivasi, dan hiburan selama pengerjaan skripsi ini.

7. Terimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah mampu bertahan dan mampu membagi waktu dalam menghadapi semua cobaan saat mengerjakan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang membutuhkan saran dan kritik dari pembaca agar dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Istilah.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Perilaku Konsumen.....	14
2.3. Inovasi Produk.....	14
2.4. Kualitas Produk.....	15
2.5. Harga Produk	15
2.6. Citra Merek	16
2.7. Keputusan Pembelian	16
2.8. Kepuasan Konsumen	17
2.9. Kerangka Pemikiran	17
2.10. Hipotesis Penelitian	19
III. METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Desain Penelitian	20
3.2. Jenis Data.....	20
3.3. Waktu Dan Tempat.....	20
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.5. Teknik Pengumpulan Data	22
3.6. Metode Analisis Data.....	22
3.7. Pengukuran Variabel	24
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	27
4.1. Kondisi Umum Lokasi Penelitian.....	27
4.2. Kondisi Khusus Lokasi Penelitian	30
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
5.1. Karakteristik Responden.....	32
5.2. Uji Outer Model.....	34
5.3. Uji <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	38
5.4. Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen.....	40

5.5.	Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian.....	44
5.6.	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen....	44
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
6.1.	Kesimpulan	46
6.2.	Saran	46
	DAFTAR PUSTAKA.....	48
	LAMPIRAN.....	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengukuran Variabel.....	25
Tabel 2. Pengukuran Skala Likert.....	26
Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian.....	30
Tabel 6. Responden berdasarkan jenis kelamin.....	32
Tabel 7. Karakteristik berdasarkan Usia.....	32
Tabel 8. Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	33
Tabel 9. Karakteristik pendapatan perbulan.....	34
Tabel 10. Nilai Outer Loading Pada Uji Convergent Validity.....	35
Tabel 11. Nilai Cross Loading Pada Uji Discriminant Validity.....	36
Tabel 12. Nilai Average Variance Extraced (AVE).....	37
Tabel 13. Nilai Composite Reliability.....	37
Tabel 14. Nilai R-Square.....	38
Tabel 15. Uji Hipotesis.....	40
Tabel 16. Specific Indirect Effects.....	44
Tabel 17. Uji Hipotesis.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 2. Model Struktural Path Coeficient	23
Gambar 3. Peta Administasi Kecamatan Jonggat	27
Gambar 4. Peta Lokasi UMKM Ombak Food.....	31
Gambar 5. Jalur Path Coeficient.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	53
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	69
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden.....	74
Lampiran 4. Hasil Analisis Menggunakan Smart PLS.....	79
Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan Penelitian.....	81
Lampiran 6. Sertifikat Plagiasi.....	83



DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>
- Alabi, A. T., & Jelili, M. O. (2023). Clarifying likert scale misconceptions for improved application in urban studies. *Quality and Quantity*, 57(2), 1337–1350. <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01415-8>
- Almira, A., & Sutanto, J. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250–259.
- Almira Amelia, & JE Sutanto. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250–259.
- Candra, Y., Sari, D. P., & Ismail, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 122–138. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.53>
- Carranza, R., Díaz, E., & Martín-Consuegra, D. (2018). The influence of quality on satisfaction and customer loyalty with an importance-performance map analysis: Exploring the mediating role of trust. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 380–396. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2017-0104>
- Destarini. (2020). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap*. 10, 58–66.
- Djan, I., & Adawiyah, S. R. (2020). The effect of convenience and trust to purchase decision and its impact to customer satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 269. <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20200904.23>
- Dwiarta, P. &. (2022). Jurnal EMAS. *Jurnal Emas*, Vol.3(9), 51–70.
- Fadhilah, M., Dwi Cahya, A., Melania, C., & 3□, T. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(3), 607–617. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336>
- Fatimdimanaah, N., Kasnelly, S., & Hamid, A. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi liberika dalam perspektif islam pada gerai umkm mekar jaya. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 67–83.

- Gustiana. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh*.
- Hair, Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021a). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* (3rd Editio). Springer.
- Hair, Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021b). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R* (3d Edition). Springer.
- Hamzah, F., & Ariesta, F. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kuswini Catering Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 26–35. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.694>
- Harahab, D. F., Mryanti, Y., & Herawati, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Umkm Mie Ayam Dan Bakso Barokah Ina Kabupaten Bungo). *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 1(1), 533–546. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v1i1.42>
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Iqbal, R., Raza, M. A. S., Valipour, M., Saleem, M. F., Zaheer, M. S., Ahmad, S., Toleikiene, M., Haider, I., Aslam, M. U., & Nazar, M. A. (2020). Potential Agricultural and Environmental Benefits of Mulches—A Review. *Bulletin of the National Research Centre*, 44(1). <https://doi.org/10.1186/s42269-020-00290-3>
- Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 161–166.
- Jumriana, J., Kumalasari, F., & Wonua, A. R. (2023). Pengaruh Penanganan Komplain dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pengguna J&T di Kabupaten Kolaka Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 01(02), 65–71.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Edition, 1). Pearson.
- Lee, K., Shim, E., Kim, J., & Nam, H. (2021). The influence of product innovation messages on the intention to purchase incumbent products. *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(3), 154–166. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2021.01.003>
- Lim, Y. H., Lada, S., Ullah, R., & Abdul Adis, A. A. (2022). Non-Muslim

- consumers' intention to purchase halal food products in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 586–607. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0172>
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 185.
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Moputi, B. R., Tolinggi, W. K., Boekoesoe, Y., Agribisnis, J., & Pertanian, F. (2017). Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada ukm flamboyan di kota gorontalo.
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.628>
- Mulyadi, G. (2018). Pengaruh Merek dan Kemasan terhadap Kepuasan Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Ekologi*, 2(1), 105–109.
- Nawawi, A., Magdalena, M., & Seputra., A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Cv Karoseri Laksana. *Journal of Management*, 3.
- Neuman, W. L. (2023). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (Seventh).
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Pasaribu, R. M., Simanjuntak, J., Siahaan, R., & Matondang, V. (2023). Perception of Integration Channels and Customer Engagement In Loyalty With Satisfaction As Mediation (Pegadaian Wilayah 1 Medan). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1687–1699. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- 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. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Pratama, A. Y., Ernitawati, Y., & Ikhwan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Pjeb*, 1(1), 113–123.
- Purnama, N. P. I. B., & Sari, N. K. M. D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Minat Pembelian (Studi pada UMKM Ncasa Stone Curving Gianyar). *Jurnal Emas*, 4(1), 227–236.
- Putti, A. R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kreatif All Crafts supply Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol.8(4), 141–152.
- Rachm, D. B. C. A. A. (2019). Pengaruh inovasi produk dan brand image terhadap keputusan pembelian pada olivia cake and bakery Mojokerto.
- Rahmawati, S., Abadi, S., & Wijaya, I. P. E. (2023). Analisis pengaruh persepsi konsumen mengenai kesesuaian harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di bandeng c73 karawang (*Studi*. 10, 347–359).
- Riswan, M. S., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Smartphone Merek Iphone Apple di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 272–280. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34635>
- Roza, N. E. S. (2006). Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen bisnis pada umkm keripik pisang dharma jaya. *Global Shadows: Africa in the Neoliberal World Order*, 44(2), 8–10.
- Saisaria Mandasari, I. C. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Mikro Kecil Makanan di Kota Denpasar). *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 56–62. <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.2.1942.56-62>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144. <https://doi.org/10.30997/jsh.v9i2.1382>
- Sisvanka, A., & Aziz, F. (2021). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Carne Smoked BBQ Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 203–212.

- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat: Permodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WARPLS* (Edisi Ke-2). UB Press.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-Irt Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Umkm Kerupuk Ikan. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 3(2), 125–133. <https://doi.org/10.31002/rn.v3i2.1984>
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605. <https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/1094><https://www.dinastirev.org/JIMT/article/download/1094/658>
- Svend Hollensen. (2018). *Marketing Management: A Relationship Approach* (Fourth Edi).
- Tempo, K. (2023). Berjaya dengan Cita Rasa Leluhur dari Lombok Tengah. <https://koran.tempo.co/read/info-tempo/484270/berjaya-dengan-cita-rasa-leluhur-dari-lombok-tengah>
- Utami, R. P., Saparso, & Wahyoedi, S. (2023). *Analysis of Product Quality, Service and Brand Image on Loyalty Mediated By Customer Satisfaction At the Erha Clinic*, 5(2), 1886–1899.
- Viola, A., Jufriyanto, M., & Priyana, E. D. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan PT. Era Energi Krazu Nusantara dengan Metode Service Quality dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Teknologi*, 16(1), 75–80. <https://doi.org/10.34151/jurtek.v16i1.4328>



Nomor : E.2.g/119/AGRI-FPP/UMM/III/2025
 Lampiran : -
 Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Lalu Satria Budiaji
 NIM : 201810210311028
 Judul TA : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Ombak Food di Desa Bonjeruk, Lombok Tengah

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	9	10	Sesuai
	Bab II	20	25	Sesuai
	Bab III	19	35	Sesuai
	Bab IV	10	15	Sesuai
	Bab V	3	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 11 Maret 2025

Admin Deteksi Plagiasi
 Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P
 NIP. 20240715031997



Yang diketahui
 Ketua Program Studi Agribisnis,



H. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM.
 NIP. 170801011992

Tembusan:

- Dosen Pembimbing 1 dan 2
- Arsip