

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Kuesioner Penelitian

Kisi-kisi Angket Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Jumlah Item	Nomor Pernyataan
1.	Produk (X)	1. Kualitas Produk 2. Fitur Produk 3. Gaya Dan Design Produk 4. Merk Produk	12	1,2,3,4,5,6,7,8,9 ,10,11,12
2.	Keputusan Pembelian (Y)	1. Kemantapan pada produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain 4. Melakukan Pembelian Ulang	10	13,14,15,16,17, 18,19,20,21,22

Lampiran 2 Kuesioner Uji Coba Penelitian

KUISIONER UJI COBA PENELITIAN PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRIKET (Studi Pada CV ANA Puncu Kabupaten Kediri)

A. Pengantar

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Halo, para Buyer dan Mitra CV ANA Puncu, Kediri, yang saya hormati. Perkenalkan saya memperkenalkan diri, Novega Vicki Endarta, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syekh Wasil Kediri, yang saat ini sedang melakukan penelitian berjudul:

“Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Briket (Studi pada CV ANA Puncu, Kabupaten Kediri).”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian buyer pada produk briket CV ANA Puncu Kabupaten Kediri. Produk dalam penelitian ini meliputi kualitas produk, fitur produk, desain produk, serta merek produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

Sehubungan dengan itu, saya memohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan berdasarkan pengalaman pribadi sebagai pembeli produk CV ANA Puncu.

Seluruh data dan jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik. Kuesioner ini menggunakan Skala Likert, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berarti dalam mendukung penyelesaian penelitian ini. Terima kasih atas waktu dan kesediaan yang telah diberikan untuk mengisi kuesioner ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan CV ANA Puncu Kabupaten Kediri.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Kediri, 2025 Peneliti,
Novega Vicki Endarta

B. Identitas Responden

- 1. Nama :
- 2. Asal Negara:
- 3. Usia:
- 4. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

5. Lama Menjadi Buyer
- < 1 Tahun
 - 1-2 Tahun
 - 3-4 Tahun
 - ≥ 4 Tahun

C. Pernyataan

Produk (X)						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
<u>Kualitas Produk</u>						
1	Briket CV ANA memiliki kualitas yang baik.					
2	Briket CV ANA menghasilkan pembakaran yang stabil.					
3	Briket CV ANA menghasilkan sedikit asap saat digunakan.					
<u>Fitur Produk</u>						
4	Daya tahan pembakaran briket CV ANA sesuai dengan kebutuhan saya.					
5	Briket CV ANA memiliki kepadatan yang baik sehingga tidak mudah hancur.					
6	Variasi bentuk briket CV ANA memudahkan saya memilih produk yang sesuai.					
<u>Gaya Dan Design Produk</u>						
7	Bentuk briket CV ANA terlihat rapi dan seragam.					
8	Desain produk briket CV ANA menarik.					
9	Bentuk produk briket CV ANA sesuai dengan kebutuhan saya.					
<u>Merk Produk</u>						
10	Merek CV ANA mudah dikenali.					
11	Saya percaya pada kualitas produk CV ANA					
12	Merek CV ANA membuat saya yakin untuk membeli produk tersebut					
Sumber: Kotler dan Amstrong Principles of Marketing 17th Edition (2018)						

Keputusan Pembelian (Y)						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
<i>Kemantapam Pada Produk</i>						
13	Saya yakin bahwa briket CV ANA merupakan produk yang tepat untuk kebutuhan saya.					
14	Saya merasa mantap memilih briket CV ANA dibandingkan produk sejenis.					
15	Saya percaya kualitas briket CV ANA sesuai dengan yang saya harapkan.					
<i>Kebiasaan Dalam Membeli Produk</i>						
16	Saya terbiasa membeli briket CV ANA ketika membutuhkan briket.					
17	Briket CV ANA menjadi salah satu pilihan utama saya saat membeli briket.					
18	Saya cenderung membeli kembali briket CV ANA dibandingkan merek lain.					
<i>Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain</i>						
19	Saya bersedia merekomendasikan briket CV ANA kepada orang lain.					
20	Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan briket CV ANA.					
<i>Melakukan Pembelian Ulang</i>						
21	Saya berniat membeli kembali briket CV ANA di masa mendatang.					
22	Saya akan tetap membeli briket CV ANA apabila membutuhkan produk briket.					
Sumber: Kotler dan Keller dalam Jurnal Nur Fitria Febriyanti dan Renny Dwijayanti (2022)						

Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian Validasi Instrumen

Tabulasi Data Variabel Produk

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	PTOTAL
1	2	1	5	2	4	4	5	4	4	2	1	1	35
2	5	2	4	4	5	4	4	1	1	1	1	1	33
3	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	54
4	5	5	5	5	2	4	4	5	4	4	5	5	53
5	5	5	2	5	5	2	4	4	5	5	5	5	52
6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
7	2	1	2	1	5	2	4	4	5	4	4	5	39
8	1	5	2	4	4	5	4	4	1	1	1	1	33
9	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
10	5	4	2	5	4	5	5	4	5	5	4	4	52
11	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	51
12	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	50
13	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	51
14	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	50
15	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
16	5	2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	53
17	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	54
18	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	53
19	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	4	54
20	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	51
21	5	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	51
22	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	5	53
23	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	57
24	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	50
25	5	5	5	2	4	4	5	4	4	5	5	4	52
26	5	2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	53
27	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	57
28	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	52
29	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	56
30	5	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	52
31	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	57
32	4	2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	38
33	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	57
34	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	56
35	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	56

Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian

NO.	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	KTOTAL
1	2	5	4	4	5	5	1	1	1	1	29
2	1	1	2	5	4	4	5	5	1	2	30
3	5	5	2	5	4	4	5	4	5	5	44
4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	5	5	5	5	4	4	4	4	2	42
7	2	2	5	4	4	5	5	1	1	1	30
8	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	38
9	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
10	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
17	5	2	2	4	4	5	5	5	5	5	42
18	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
19	4	2	2	3	2	2	3	4	4	4	30
20	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
21	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	46
22	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
23	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46
24	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	42
25	4	4	5	4	2	2	4	4	4	2	35
26	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
27	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
28	4	4	5	4	2	4	4	5	5	5	42
29	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	46
30	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
31	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
32	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
33	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
34	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48

PTOTAL	Pearson Correlation	.680**	.554**	.426*	.570**	.231	.290	.403*	.614**	.586**	.699**	.731**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.011	.000	.183	.091	.016	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														

Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations												
		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	KTOTA L
K1	Pearson Correlation	1	.718 [*]	.424 [*]	.104	.047	-.109	.216	.379 [*]	.582 [*]	.498 [*]	.732 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.551	.787	.532	.213	.025	.000	.002	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K2	Pearson Correlation	.718 [*]	1	.688 [*]	.245	.243	.022	-.105	.016	.318	.182	.623 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.156	.159	.899	.547	.928	.063	.295	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K3	Pearson Correlation	.424 [*]	.688 [*]	1	.069	.152	.110	.063	-.089	.109	-.027	.464 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.695	.384	.529	.720	.611	.534	.877	.005
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K4	Pearson Correlation	.104	.245	.069	1	.535 [*]	.159	.405 [*]	.186	.073	.223	.425 [*]
	Sig. (2-tailed)	.551	.156	.695		.001	.362	.016	.285	.678	.198	.011
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K5	Pearson Correlation	.047	.243	.152	.535 [*]	1	.677 [*]	.281	.123	.096	.217	.496 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.787	.159	.384	.001		.000	.101	.482	.582	.212	.002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K6	Pearson Correlation	-.109	.022	.110	.159	.677 [*]	1	.301	.076	.051	.223	.358 [*]
	Sig. (2-tailed)	.532	.899	.529	.362	.000		.079	.663	.773	.198	.035

	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K7	Pearson Correlation	.216	-.105	.063	.405*	.281	.301	1	.566*	.407*	.468*	.558**
	Sig. (2-tailed)	.213	.547	.720	.016	.101	.079		.000	.015	.005	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K8	Pearson Correlation	.379*	.016	-.089	.186	.123	.076	.566*	1	.717*	.726*	.637**
	Sig. (2-tailed)	.025	.928	.611	.285	.482	.663	.000		.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K9	Pearson Correlation	.582*	.318	.109	.073	.096	.051	.407*	.717*	1	.794*	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.063	.534	.678	.582	.773	.015	.000		.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
K10	Pearson Correlation	.498*	.182	-.027	.223	.217	.223	.468*	.726*	.794*	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.002	.295	.877	.198	.212	.198	.005	.000	.000		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
KTOTAL	Pearson Correlation	.732*	.623*	.464*	.425*	.496*	.358*	.558*	.637*	.757*	.753*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.011	.002	.035	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Lampiran 5 Output Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.791	10

Lampiran 6 Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN PENGARUH PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRIKET (Studi Pada CV ANA Puncu Kabupaten Kediri)

A. Pengantar

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Halo, para Buyer dan Mitra CV ANA Puncu, Kediri, yang saya hormati. Perkenalkan saya memperkenalkan diri, Novega Vicki Endarta, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syekh Wasil Kediri, yang saat ini sedang melakukan penelitian berjudul:

“Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Briket (Studi pada CV ANA Puncu, Kabupaten Kediri).”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian buyer pada produk briket CV ANA Puncu Kabupaten Kediri. Produk dalam penelitian ini meliputi kualitas produk, fitur produk, desain produk, serta merek produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

Sehubungan dengan itu, saya memohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan berdasarkan pengalaman pribadi sebagai pembeli produk CV ANA Puncu.

Seluruh data dan jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik. Kuesioner ini menggunakan Skala Likert, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berarti dalam mendukung penyelesaian penelitian ini. Terima kasih atas waktu dan kesediaan yang telah diberikan untuk mengisi kuesioner ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan CV ANA Puncu Kabupaten Kediri.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Kediri, 2025 Peneliti,
Novega Vicki Endarta

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Asal Negara:
3. Usia:
4. Jenis Kelamin:
 - c. Laki-laki
 - d. Perempuan
5. Lama Menjadi Buyer

- e. < 1 Tahun
- f. 1-2 Tahun
- g. 3-4 Tahun
- h. \geq 4 Tahun

C. Pernyataan :

Produk (X)						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
<i>Kualitas Produk</i>						
1	Briket CV ANA memiliki kualitas yang baik.					
2	Briket CV ANA menghasilkan pembakaran yang stabil.					
3	Briket CV ANA menghasilkan sedikit asap saat digunakan.					
<i>Fitur Produk</i>						
4	Daya tahan pembakaran briket CV ANA sesuai dengan kebutuhan saya.					
<i>Gaya dan Design Produk</i>						
7	Bentuk briket CV ANA terlihat rapi dan seragam.					
8	Desain produk briket CV ANA menarik.					
9	Bentuk produk briket CV ANA sesuai dengan kebutuhan saya.					
<i>Merk Produk</i>						
10	Merek CV ANA mudah dikenali.					
11	Saya percaya pada kualitas produk CV ANA					
12	Merek CV ANA membuat saya yakin untuk membeli produk tersebut					
Sumber: Kotler dan Armstrong Principles of Marketing 17th Edition (2018)						

Keputusan Pembelian (Y)						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
<u>Kemantapan Pada Produk</u>						
13	Saya yakin bahwa briket CV ANA merupakan produk yang tepat untuk kebutuhan saya.					
14	Saya merasa mantap memilih briket CV ANA dibandingkan produk sejenis.					
15	Saya percaya kualitas briket CV ANA sesuai dengan yang saya harapkan.					
<u>Kebiasaan Membeli Produk</u>						
16	Saya terbiasa membeli briket CV ANA ketika membutuhkan briket.					
17	Briket CV ANA menjadi salah satu pilihan utama saya saat membeli briket.					
18	Saya cenderung membeli kembali briket CV ANA dibandingkan merek lain.					
<u>Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain</u>						
19	Saya bersedia merekomendasikan briket CV ANA kepada orang lain.					
20	Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan briket CV ANA.					
<u>Melakukan Pembelian Ulang</u>						
21	Saya berniat membeli kembali briket CV ANA di masa mendatang.					
22	Saya akan tetap membeli briket CV ANA apabila membutuhkan produk briket.					
Sumber: Kotler dan Keller dalam Jurnal Nur Fitria Febriyanti dan Renny Dwijayanti (2022)						

43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
45	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	46
46	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
47	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
51	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	41
52	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	46
53	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	45
54	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44
55	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37
56	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	45
57	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
58	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
61	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	47
62	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
63	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	40
64	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	44
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
68	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
69	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
70	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45

Lampiran 8 Hasil Output Uji Analisis Statistik Deskriptif

Statistics			
		Produk	Keputusan Pembelian
N	Valid	70	70
	Missing	0	0
Mean		42.20	42.21
Median		42.00	42.00
Mode		40	40
Std. Deviation		3.602	3.480
Skewness		-.047	-.045
Std. Error of Skewness		.287	.287
Kurtosis		-.502	-.536
Std. Error of Kurtosis		.566	.566
Range		16	15
Minimum		34	34
Maximum		50	49
Sum		2954	2955

Lampiran 9 Hasil Output Uji Asumsi Klasik

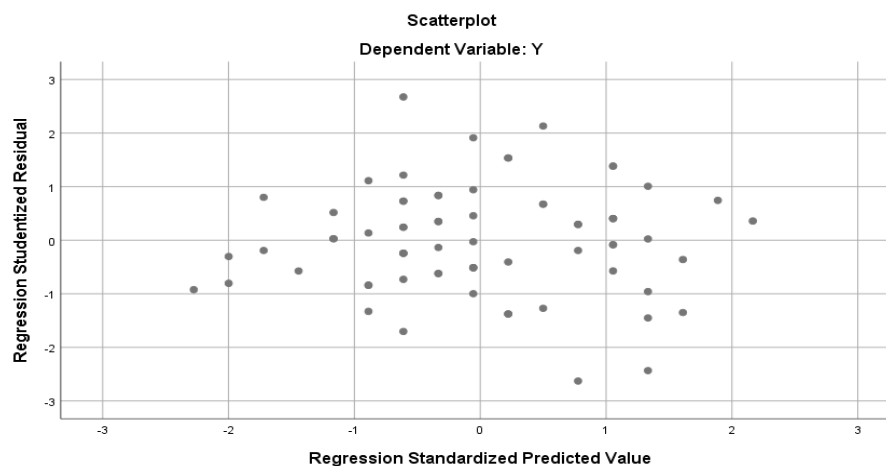
1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Produk	Keputusan Pembelian
N		70	70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	42.20	42.21
	Std. Deviation	3.602	3.480
Most Extreme Differences	Absolute	.097	.094
	Positive	.094	.094
	Negative	-.097	-.088
Test Statistic		.097	.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099 ^c	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian			

3. Uji Heteroskedastisitas



4. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.806 ^a	.649	.644	2.076	2.012
a. Predictors: (Constant), Produk					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

5. Uji korelasi Pearson

Correlations			
		Produk	Keputusan Pembelian
Produk	Pearson Correlation	1	.806 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.806 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

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

6. Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.357	2.939		3.184	.002
	Produk	.779	.069	.806	11.221	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 10 Hasil Hipotesis

1. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.357	2.939		3.184	.002
	Produk	.779	.069	.806	11.221	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.682	1	542.682	125.902	.000 ^b
	Residual	293.104	68	4.310		
	Total	835.786	69			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Produk						

3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.649	.644	2.076
a. Predictors: (Constant), Produk				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Lampiran 11 Surat Izin Riset / Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Sunan Ampel No. 7, Kec. Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur, Kode Pos 64127
 Telepon (0354) 689282 | Website: www.iainkediri.ac.id

Nomor : 1760/Un.33/D4/PP.07.01.05/11/2025 Kediri, 11 November 2025
 Lamp. : -
 Perihal : Permohonan Izin Riset / Penelitian

Kepada
 Owner CV ANA Puncu Kabupaten Kediri
 di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : NOVEGA VICKI ENDARTA
 NIM : 21403175
 Semester : IX (Sembilan)
 Prodi : MANAJEMEN BISNIS SYARI'AH

Dalam rangka menyelesaikan studi dan menyusun skripsinya yang perlu melakukan penelitian lapangan. Untuk itu kami memohon agar mahasiswa yang bersangkutan diberi izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di wilayah / lembaga yang menjadi wewenang Bapak / Ibu, dalam bidang-bidang yang terkait dengan judul skripsinya, yaitu :

"Pengaruh Inovasi Limbah Arang Terhadap Keputusan Pembelian"

Mahasiswa yang melaksanakan riset/penelitian akan berkewajiban mentaati semua peraturan yang berlaku di lembaga/instansi tempat penelitiannya.
 Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.


Wassalamualaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
 Kepala Bagian Tata Usaha




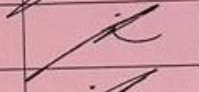
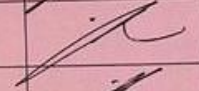







JULFIANA EVARINI, SE.
 NIP. 197107021998032002

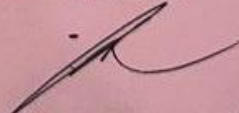
Lampiran 12 Daftar Konsultasi Skripsi


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri 64127 Telp. (0354)
 689282 Fax. (0354) 686564
 Website: www.iainkediri.ac.id

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NOUEGA VICKI EMPARIA
NIM : 21903175
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen Bisnis Syariah
Tahun Akademik : 2025/2026
Judul Skripsi : PENGARUH INOVASI PENGOCAHAH LIMBAH APANG TERHADAP
 KEPUTUSAN PEMBELIAH KONSUMEN
 (Studi Pada C.V. Ana Puncu Kabupaten Kediri)

No	Tanggal Konsultasi	Perintah Dosen Pembimbing	Tanda Tangan
1	02/09 2025	Revisi latar belakang agar lebih fokus	
2	07/09 2025	Lengkapi rumusan masalah dan tujuan	
3	12/09 2025	Tambahkan Teori Inovasi dan Refrensi baru	
4	18/09 2025	Perbaiki Kajian Penelitian Terdahulu	
5	24/09 2025	Konsultasi Instrumen dan Indikator Variabel	
6	09/10 2025	Lakukan Uji Validitas dan Reliabilitas	
7	11/10 2025	Perbaiki Analisis Hasil dan Interpretasi data	
8	13/10 2025	Revisi Konsistensi Hasil dan Pembahasan	
9	01/11 2025	Revisi format Perurusan dan Daftar Pustaka	
10	08/11 2025	Persiapan berkas Sidang Skripsi	

Kediri, 17 November 2025
 Dosen Pembimbing,

 Yopi Yudha Utama, S.E., M.S.A
 NIP. 199206222019031008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri 64127 Telp. (0354)
689282 Fax. (0354) 686564
Website: www.iainkediri.ac.id

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NOVEGA VICKI EMPARTA
NIM : 21903195
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ MAHAJEMAH BISNIS SYARIAH
Tahun Akademik : 2025/2026
Judul Skripsi : PENGARUH INOVASI PENGOLAHAN LIMBAH ABRAH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Pada C.v Ana Puncu Kabupaten Kediri)

No	Tanggal Konsultasi	Perintah Dosen Pembimbing	Tanda Tangan
1	09/09 2025	Perbaiki Alur latar belakang	
2	09/09 2025	Perjeks rumusan masalah	
3	15/09 2025	Tambah Teori Pendukung	
4	24/09 2025	Perbaiki penyusunan kerangka teori	
5	27/09 2025	Cek kembali Instrumen kuisioner	
6	06/10 2025	Benahi penulisan Hasil Uji data	
7	13/10 2025	Perjelas analisis regresi	
8	29/10 2025	Sesuaikan pembahasan dengan hasil	
9	03/11 2025	Rapikan format dan sitasi	
10	10/11 2025	Lanjut Sidang Skripsi	

Kediri, 17 November 2025

Dosen Pembimbing,

Rendi Ardika, S. Pd., M. Akun.
NIP. 1999203072020121015

Lampiran 13 Dokumentasi















Lampiran 14 Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Novega Vicki Endarta, lahir pada tanggal 29 November 2002. Penulis beralamat di Dusun Sumbersuko RT.001 RW.001 Desa Asmorobangun Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri. Penulis merupakan anak dari pasangan suami istri Darminto dan Puji Astutik.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu TK Dharma Wanita Sumbersuko pada tahun 2007-2009, Sdn Asmorobangun 3 pada tahun 2009-2015, Smpn 1 Puncu pada tahun 2015-2018, dan SMAN 1 Puncu pada tahun 2018-2021. Sejak tahun 2021, penulis mengikuti Program Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Kediri hingga saat ini. Sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di UIN Kediri.