

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TUPPERWARE SHOP DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
TUPPERWARE**

SKRIPSI

*diajukan untuk memenuhi syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital*



Oleh
Suci Ramasiah
2005587

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA
2024**

**Pengaruh Kualitas *Website* Tupperware shop dan Inovasi Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Tupperware.**

Oleh
Suci Ramasiah

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Bisnis Program Studi Bisnis Digital

Suci Ramasiah
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi undang – undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto copy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

SUCI RAMASIAH

LEMBAR PENGESAHAN PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI

SUCI RAMASIAH

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TUPPERWARESHOP DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE**

**Disetujui dan disahkan oleh dosen
pembimbing I :**



Rangga Gelar Guntara, S.Kom., M.Kom.

NIP. 920200819880616101

Pembimbing II :

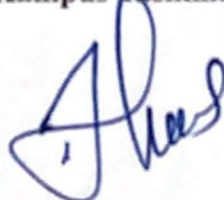


Adam Hermawan, S.Kom., M.B.A

NIP.920190219930105101

Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital UPI

Kampus Tasikmalaya



Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M.

NIP.920190219900625201

Pengaruh Kualitas *Website* Tupperware shop dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Oleh

Suci Ramasiah

Website merupakan salah satu media transaksi *online*. Ditengah berkembangnya teknologi dan kemajuan zaman, *website* menjadi salah satu media transaksi jual beli *online*. Tupperware merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang perlengkapan rumah tangga dan salah satu perusahaan yang sudah memanfaatkan *website* untuk transaksi jual beli. Tupperware terus menciptakan dan menghadirkan produk melalui inovasi yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode Webqual 4.0 untuk mengukur kualitas *website* (*usability, information quality, dan service interaction quality*). Jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal, serta dilakukan analisis deskriptif. Pengambilan *sample* yang diambil adalah *probability* sampling dengan teknik *simple random sampling*. Jumlah *sample* terdiri dari 135 responden. Penelitian dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26 untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan . Hasil penelitian menyatakan: 1) kualitas *website* (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). 2) inovasi produk (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). 3) Kualitas *website* dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : *Kualitas Website, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian.*

***The Influence of Website Quality in Website Tupperware shop and Inovation
Product on Purchase Decision for Tupperware Products***

ABSTRACT

By

Suci Ramasiah

The website is a medium for online transactions. With the advancement of technology and evolving trends, websites have become a key platform for online buying and selling. Tupperware, a company specializing in household products, is one of the businesses that has utilized websites for its transactions. Tupperware continuously creates and introduces new products through innovation. This research employs the Webqual 4.0 method to assess website quality (usability, information quality, and service interaction quality). The study uses a quantitative approach with a causal framework and descriptive analysis. The sample was selected using probability sampling with a simple random sampling technique, consisting of 135 respondents. The research utilized SPSS version 26 to test the hypotheses. The results indicate that: 1) website quality (X1) has a positive and significant impact on purchase decisions (Y); 2) product innovation (X2) has a positive and significant impact on purchase decisions (Y); and 3) both website quality and product innovation simultaneously have a positive and significant effect on purchase decisions (Y).

Keywords : *Quality of website, innovation product, Purchasing Decision.*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	I
KATA PENGANTAR.....	II
UCAPAN TERIMA KASIH	III
ABSTRAK	IV
<i>ABSTRACT</i>	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR LAMPIRAN	X
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Pemasaran (Marketing)	7
2.1.2 <i>Website</i>	7
2.1.3 Kualitas <i>Website (Webqual)</i>	8
2.1.4 Inovasi Produk.....	13
2.1.5 Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	22

3.2 Metode Penelitian.....	22
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan.....	22
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	23
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	30
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.6 Uji Instrumen.....	33
3.2.7 Uji Asumsi Klasik	34
3.2.8 Uji Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum	38
4.2 Analisis Deskriptif.....	49
4.3 Uji Instrumen.....	69
4.4 Hasil Analisis Data	71
4.5 Hasil Uji Hipotesis	74
4.6 Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi Manajerial.....	80
5.3 Rekomendasi	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	89
RIWAYAT HIDUP	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total Penjualan dan Laba Bersih Tupperware	1
Tabel 1. 2 Indeks Persentase Top Brand Produk Tupperware	2
Tabel 2. 1 Jenis - jenis metode <i>Webqual</i>	10
Tabel 2. 2 Indikator Pertanyaan.....	11
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	23
Tabel 3. 2 Skala Likert	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan <i>Website</i>	48
Tabel 4. 6 Perhitungan Skala Likert	49
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website (Usability)</i>	50
Tabel 4. 8 Analisis Kecepatan <i>Website</i>	53
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website (Information Quality)</i>	54
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website (Service Interaction Quality)</i> ...	55
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Inovasi Produk	65
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Realibilitas	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Kolmogorov - Smirnov</i>	71
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heterokedastisitas	73
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji T.....	75
Tabel 4. 20 Analisis Hasil Uji T.....	76
Tabel 4. 21 Hasil Uji F	76
Tabel 4. 22 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Perbandingan Tupperware & Kompetitor.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Halaman Pada <i>Website</i> Tupperware shop	39
Gambar 4. 2 Halaman <i>Shop All</i> Tupperware shop	39
Gambar 4. 3 Halaman <i>Offers Website</i> Tupperware shop	40
Gambar 4. 4 Halaman <i>Food Storage Kontainer Website</i> Tupperware shop	40
Gambar 4. 5 Halaman <i>Serveware Website</i> Tupperware shop	41
Gambar 4. 6 Halaman <i>Launch and Drink Website</i> Tupperware shop.....	41
Gambar 4. 7 Halaman <i>Kids Website</i> Tupperware shop.....	42
Gambar 4. 8 Halaman <i>Kitchen Preparation Website</i> Tupperware shop	42
Gambar 4. 9 Halaman <i>Cookware Website</i> Tupperware shop.....	43
Gambar 4. 10 Halaman <i>Consumable Website</i> Tupperware shop	43
Gambar 4. 11 Halaman <i>SparePart Website</i> Tupperware shop.....	44
Gambar 4. 12 Halaman <i>I Lov Tapp Collection Website</i> Tupperware shop	44
Gambar 4. 13 Halaman <i>Reguler Website</i> Tupperware shop.....	45
Gambar 4. 14 Hasil Analisis Kecepatan <i>Website</i> Tupperware shop	52
Gambar 4. 15 Keterangan Kotak Pencarian	57
Gambar 4. 16 Ketersediaan Isi Otomatis Kotak Pencarian	58
Gambar 4. 17 Tampilan Produk Berdasarkan Filter.....	58
Gambar 4. 18 <i>Breadcrumb</i> Pada <i>Website</i> Tupperware shop.....	59
Gambar 4. 19 Keranjang <i>Website</i> Tupperware shop.....	59
Gambar 4. 20 Tampilan keranjang <i>Website</i> Tupperware shop.....	60
Gambar 4. 21 Tampilan <i>My Wishliat</i> pada <i>Website</i> Tupperware shop	60
Gambar 4. 22 Konsistensi Palet Warna <i>Website</i> Tupperware shop	61
Gambar 4. 23 Deskripsi Produk Tupperware	61
Gambar 4. 24 Keterangan Produk Diskon.....	62
Gambar 4. 25 Produk Tupperware Tanpa Keterangan Informasi Deskripsi	62
Gambar 4. 26 Informasi Kontak Tupperware.....	63
Gambar 4. 27 Halaman FAQ website Tupperware shop.....	63
Gambar 4. 28 Keterangan Halaman Pembelian Produk.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian.....	89
Lampiran 2. Instrumen Penelitian	90
Lampiran 3. Bukti Penyebaran Kuesioner.....	96
Lampiran 4. Uji Validitas dan Uji Realibilitas Kualitas <i>Website</i>	97
Lampiran 5. Uji Validitas dan Uji Realibilitas Inovasi Produk.....	100
Lampiran 6. Uji Validitas dan Uji Realibilitas Keputusan Pembelian.....	101
Lampiran 7. Data Variabel Kualitas <i>Website</i>	102
Lampiran 8. Data Variabel Kualitas <i>Website (Information Quality)</i>	106
Lampiran 9. Data Variabel Kualitas <i>Website (Service Interaction Quality)</i>	110
Lampiran 10. Data Responden Variabel Inovasi Produk	114
Lampiran 11. Data Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	118
Lampiran 12. Hasi Uji Validitas.....	122
Lampiran 13. Hasil Uji Realibilitas.....	125
Lampiran 14. Hasil Pengujian Normalitas	126
Lampiran 15. Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	127
Lampiran 16. Hasil Pengujian Heterokedastisitas	127
Lampiran 17. Hasil Pengujian Hipotesis	127
Lampiran 18. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R^2	128
Lampiran 19. Nilai Tabel t	129
Lampiran 20. Nilai Tabel f.....	130

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A. N. (2020). *Pengaruh Faktor Usia, Tingkat Pendapatan dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa dengan Niat Sebagai Variabel Mediasi* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Al Aziz, A. A. (2020). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat depresi pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(2), 92-107.
- Alfian, F., & Sutabri, T. (2023). Pengukuran Mutu Layanan Website Pendaftaran Penerimaan Mahasiswa Baru pada Universitas Baturaja Menggunakan Metode Webqual. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(2), 81-87.
- 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.
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 223-236.
- Alifiarga, H. (2019). *Penerapan metode webqual 4.0 pada pengukuran kualitas website pencarian kerja (studi kasus: Jobstreet)* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Anam, A. F., & Zakhra, A. (2021). Arisan Sebagai Model Meningkatkan Poin Keanggotaan Tupperware dalam Perspektif Akuntansi. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(05), 712-723.
- Anaswati, N. Q. (2020). Pengaruh Sikap, Gaya Hidup, Pekerjaan, Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Boy Di Kabupaten Trenggalek Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Anisa, R., Riana, N., Wahyuni, J. S., Himmy' Azz, I. K., & Yanto, S. (2023). Analisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan pemasaran langsung terhadap Keputusan pembelian produk Tupperware saat pandemi Covid – 19 pada kantor business leader (BL) SLD – Husnul barakah. *JUBISMA*, 5(2), 88-92.
- Anwariningsih, S. H. (2011). Multi Faktor Kualitas Website. *Jurnal Gaung Informatika*, 4(1).
- Ardiansyah, A. A., & Nana, N. (2020). Peran mobile learning sebagai inovasi dalam meningkatkan hasil belajar siswa pada pembelajaran di sekolah. *Indonesian Journal Of Educational Research and Review*, 3(1), 47-56.
- Arribathi, A. H., Saryani, S., & Haris, H. (2019). Perancangan aplikasi smart seminar dan workshop berbasis website. *Journal Cerita*, 5(2), 156-164.
- Asnawi, A. (2022). Berpindah Merek Produk Saat Covid19: Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pemasaran Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 4131-4143.
- Ayunindya, F. (2020). 25 Contoh Website Toko Online dan e-Commerce Terbaik 2024. *Hostinger Tutorial*. https://www.hostinger.co.id/tutorial/contoh-website-e-commerce#Apa_yang_Membuat_Desain_Website_e-Commerce_Menarik
- Ayunindya, F. (2022). Largest Contentful Paint: Pengertian dan Cara Optimasinya. Hostinger Tutorial. Diakses dari <https://www.hostinger.co.id/tutorial/largest-contentful-paint>

- Bahar, R. W. (2024). Batasi penggunaan plastik dengan 10 produk Tupperware terbaik dan terlaris. Diakses pada 23 Maret 2024, dari https://www.tokopedia.com/blog/top-produk-tupperware-terbaik/?utm_source=google&utm_medium=organic.
- Balaka, M. Y. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). *An integrative approach to the assessment of e-commerce quality*.
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1-15.
- Chotimah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3(1), 63-72.
- Cnnindonesia. (2023). Alasan Bisnis Tupperware Terancam Tutup. Diakses pada 20 Maret 2024, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230415090932-92-938101/alasan-bisnis-tupperware-terancam-tutup>.
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan: Studi Pengguna Mobil Toyota Calya di Kota Bogor dan Bekasi. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 120-129.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Databoks Katadata. (2023, 12 April). Nyaris bangkrut, laba Bersih Tupperware sampai minus berulang kali. Diakses pada 20 Maret 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/12/nyaris-bangkrut-laba-bersih-tupperware-sempat-minus-berulang-kali>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Dwiantika, N dan Gunawan, H (2015). 50 % Penjualan Tupperware ada di pulau Jawa. Diakses pada 23 Maret 2024, dari <https://industri.kontan.co.id/news/50-penjualan-tupperware-ada-di-pulau-jawa>.
- Efita, R., & Agus, R. (2015a, December 2). Sekitar 70% produk Tupperware produksi dalam negeri. *Bisnis.Com*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20151202/257/497956/sekitar-70-produk-tupperware-produksi-dalam-negeri>
- 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.
- Fasha, A. M. (2023). *Analisis pengaruh desain web E – Commerce terhadap minat beli: Studi kasus pada pelanggan generasi Z (Post millennial)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Faza, A., & Utomo, A. P. (2021). Analisa Kualitas Layanan Website PT. Masusskita United Menggunakan Metode Webqual. *Jurnal Tekno Kompak*, 15(2), 88-99.

- Firdaus, M. R., Purnia, D. S., Handayani, K., & Julianto, M. F. (2020). Analisis Pengukuran Kualitas *Website* Cakrawalamedia. Co. Id Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0. *JTIK (Jurnal Teknik Informatika Kaputama)*, 4(1), 41-47.
- Ghaisani, F. A. P., & Purbawati, D. (2020). Pengaruh citra merek (brand image) dan kualitas *website (website quality)* terhadap keputusan pembelian (purchase decision) melalui kepercayaan (e-trust) sebagai variabel intervening (studi pada konsumen *e-commerce* zalora. co. id di kota semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 230-241.
- Ghozali. (2018). *Imam Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (9th ed). Universitas Diponegoro.
- Haeruddin, N. Q., Faizal, M. R., & Baharuddin, S. H. (2023). Analisis Kinerja *Website* Parama Pelindo Menggunakan Pingdom Tools dan PageSpeed Insights. *Jurnal Informatika Progres*, 15(1), 33-40.
- Hafiz, A. (2017, November). Mengukur kualitas *website* dengan pendekatan WebQual 4.0 modifikasi. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, No. 1, pp. 443-457).
- Hair, Joseph E, Jr et al. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeeling {PLS-SEM}*. California. USA. SAGE Publications, Inc.
- Han, R. P. (2022). Apa Itu Largest Contentful Paint? Cara Optimasi LCP agar Core Web Vital Bagus. Diakses pada 15 Agustus 2024, dari Idwebhost *website*: <https://idwebhost.com/blog/largest-contentful-paint-lcp/>
- Handayani, I. (2020). Tupperware Hadirkan Toko Virtual. Diakses pada 23 Maret 2024, dari <https://investor.id/lifestyle/216727/tupperware-hadirkan-toko-virtual>.
- Hasbullah, H., & Muchtar, M. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 18(4), 826-831.
- Ishaq, A., Sukendar, T., Saputro, M. I., & Sumbaryadi, A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas *Website* Maxserver Menggunakan Webqual 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Pada PT. MCS. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(2), 110-115.
- Islamey, A. V., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Swiss House Bakery Kota Semarang). *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 767-774.
- Julianto, V., Suprianto, A., Prastyaningsih, Y., & Yuliyanti, W. (2021). Pelatihan pembuatan dan pengelolaan *website* sekolah sebagai media informasi untuk operator sekolah se-Kecamatan Batu Ampar. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 62-67.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019, August). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*(Vol. 10, No. 1, pp. 1204-1213).
- Kembang, L. P., Kalbuadi, A., Samsumar, L. D., & Zaenudin, Z. (2023). Optimasi praktik manajemen pemasaran melalui pemanfaatan teknologi digital di kalangan UMKM desa penujuk, Lombok Tengah. *SEMAR: Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 59-71.

- Khomsin, M. A., Edris, M., & Utomo, J. (2022). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan, Inovasi Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 1(2), 107-124.
- Kotler, P. dan Keller K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip – prinsip pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. London: Pearson/Prentice-Hall.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73-82.
- Kusumahati, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Inventering (Studi kasus pada pengguna produk Tupperware di Kota Padang) (Doctoral dissertation, Universitas Putra Indonesia YPTK).
- Mahmud, F. A. (2023). *Cumulative layout shift: Cara Optimasi & Pentingnya Bagi SEO*. *Cmlabs*. Retrieved from <https://cmlabs.co/id-id/seo-guidelines/optimasi-cls>
- Mahmud, F. A. (2023). *First Input Delay: Pengertian dan Pentingnya bagi SEO*. *Cmlabs*. Retrieved from <https://cmlabs.co/id-id/seo-guidelines/first-input-delay>
- Malonda, P. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. (2019). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada rumah makan bakso baper Jogja. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Manullang, R. R. (2019). Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Segmentasi Pasar Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Deskriptif Kualitatif Pada PT. Bintang Eka Mandiri Tupperware, Cabang Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 6(2), 150-159.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2012). IBM SPSS Exact Tests
- Miller, R. L. (2015). Rogers' innovation diffusion theory (1962, 1995). In *Information seeking behavior and technology adoption: Theories and trends* (pp. 261-274). IGI Global.
- Mubarok, I (2022). Jenis - jenis website berdasarkan fungsinya. Diakses pada 24 Maret 2024, dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/jenis-website/>
- Mulyadi, I. P. (2022). Klasterisasi menggunakan metode algoritma k-means dalam meningkatkan penjualan tupperware. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 172-179.
- Nuh, M. (2022). Penyuluhan Mengelola *Website* Sebagai Media Publikasi, Komunikasi dan Informasi Pada Pesantren Hidayatullah Jonggol. *Jurnal pedes – pengabdian bidang desain*, 2 (1), 110 – 117.
- Pamungkas, R. B. (2020). Cara Mengurangi TTFB untuk Mempercepat Loading Website WordPress. Diakses pada 15 Agustus 2024, dari Niagahoster Blog website: <https://www.niagahoster.co.id/blog/mengurangi-ttfb/>

- Pamungkas, R., & Saifullah, S. (2019). Evaluasi Kualitas Website Program Studi Sistem Informasi Universitas PGRI Madiun Menggunakan Webqual 4.0. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 22-31.
- Pawirosumarto, Suharno, Purwanto S. Katidjan, & Angga Dwi Mulyanto. "Pengaruh Computer Self-Efficacy Terhadap Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Penggunaan, Kepuasan Pengguna, Dan Dampak Individu." *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen* 5, no. 2 (2015): 310-327.
- Perwiranegara, A. H. (2015). Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi Terhadap Kinerja UKM (Studi pada UKM Kerajinan Bubut Kayu Kota Blitar). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(1), 77-89.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62-69.
- Purnomo, F. A. (2019). Inovasi Produk Baju Anak Perempuan Bonne Chance. *Agora*, 7(1).
- Purwaamijaya, B. M., Herdiana, O., Maesaroh, S. S., & Guntara, R. G. (2022). Pelatihan optimalisasi pemasaran produk UMKM melalui sosial media tiktok. *JILPI: Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi*, 1(2), 133-140.
- Putra, D. H. G., & Isa, M. (2024). Peran Sikap dalam Memediasi Pengetahuan Lingkungan, Altruisme, Kolektivisme Terhadap Niat Beli Tumbler Tupperware. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5342-5358.
- Putri, S. M., Mahardayani, I. H., & Ahyani, L. N. (2022). Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis dan Kepribadian Ekstrovert pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 7(1), 120.
- Rachman, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(01), 48-52.
- Ratriani, V. R. (2023, April 13). Tupperware terancam bangkrut, ini pendiri merek wadah makan kesayangan Ibu-ibu. *Kontan*. Retrieved from <https://internasional.kontan.co.id/news/tupperware-terancam-bangkrut-ini-pendiri-merek-wadah-makan-kesayangan-ibu-ibu>
- Rogers, R. (2024). *Core Web Vitals* Berubah: Bersiaplah untuk Google INP. Diakses pada 15 Agustus 2024, dari <https://www.seoptimizer.com/id/blog/google-inp/>
- Rosa de Lima, E. P., & Buditama, A. T. (2019, February). Aplikasi perangkat webqual 4.0 untuk pengukuran kualitas sistem informasi student portal unpar. In *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)* (Vol. 1, No. 1).
- Santika, E. F. (2023). Nyaris Bangkrut, Laba Bersih Tupperware Sempat Minus Berulang Kali. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/12/nyaris-bangkrut-laba-bersih-tupperware-sempat-minus-berulang-kali>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.

- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133-145.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (studi di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang).
- Sihombing, J., & Sihotang, L. (2019). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Perlengkapan Rumah Tangga Berbasis Web Di Pt. Tegar Prima Nusantara Cimahi. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 5(3), 1-9.
- Sismadi, W., Darmawan, I., Wahyudi, W., & Nicolas, P. P. (2021). Implementasi Pengembangan Aplikasi Ujian Online menggunakan KTUPAD MVC Framework. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 433-446.
- Solihin, S., & Zuhdi, S. (2021). Pengaruh kualitas website dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online: Studi kasus online shop Eigerindostore. com. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 13-22.
- Sudjana, N. (2011). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Syarifah, I. (2022). Pengaruh Soft Selling dalam Media Sosial Instagram dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(1).
- Taan, H. (2017). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing usaha karawo di kota gorontalo. *Jurnal bisnis dan kewirausahaan*, 6(2).
- Topbrandaward. (2022). Tentang Top Brand Award. Diakses pada 20 Maret 2024, dari <https://www.topbrand-award.com/tentang-top-brand-award>
- Topbrandaward. (2024). *Komparasi Brand kategori plastic container makanan*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=9&id_subkategori=354
- Tupperware Indonesia. (2019). Informasi Penjualan Produk Tupperware. Diakses pada 22 Maret 2024, dari <https://www.tupperware.co.id/berita-kegiatan/berita/informasi-penjualan-produk-tupperware>
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode penelitian bisnis edisi 6 buku 2. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis (deskriptif, komparatif dan asosiatif)*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.
- Widjaja, Y. R. (2023). Pengaruh inovasi produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian sepeda motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1-13.
- Wijaya, H. (2019). Review dan Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kecepatan Akses Halaman Website. *Ultimatics: Jurnal Teknik Informatika*, 11(1), 38-45.

- Woodside, A. G., Golfetto, F., & Gibbert, M. (2008). Customer value: theory, research, and practice. In *Creating and managing superior customer value* (pp. 3-25). Emerald Group Publishing Limited.
- Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Gofood melalui Aplikasi Gojek dengan Selera sebagai Variabel Mediasi. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 136-144.
- Yusuf, N. (2021). The effect of online tutoring applications on student learning outcomes during the covid-19 pandemic.