

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN DE'LAPO  
BANDUNG**

**TESIS**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister  
Manajemen Konsentrasi Kewirausahaan



Oleh :

**Rimosa Felruel**

**1707584**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2019**

**LEMBAR HAK CIPTA**  
**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN DE'LAPO**  
**BANDUNG**

**TESIS**

**Oleh:**

**Rimosa Felruel**

**1707584**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Magister  
Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen  
Konsentrasi Kewirausahaan

© Rimosa Felruel 2019  
Universitas Pendidikan Indonesia  
September 2019

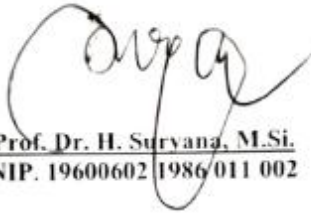
Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Tesis ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,  
difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN DE'LAPO  
BANDUNG**

Disetujui dan Disahkan oleh :

Dosen Pembimbing I



**Prof. Dr. H. Suryana, M.Si.**  
NIP. 19600602 1986 011 002

Dosen Pembimbing II



**Dr. Heny Hendrayati, S.IP. MM**  
NIP. 19761011 2005 012 002

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Magister Manajemen



**Prof. Dr. Hj. Ratih Hurrivati M.P.**  
NIP. 19680225 1993 012 001

## ABSTRAK

**Rimosa Felruel (1707584) “Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Rumah Makan De Lapo Bandung”.  
Dibawah bimbingan Prof. Dr. H. Suryana, M.Si. dan Dr Heny Hendrayati S.IP.,  
MM.**

Perkembangan industri kuliner yang sangat cepat membuat persaingan menjadi semakin berat. Rumah makan khas Batak yang ada saat ini perlu meningkatkan inovasi produk dan memperhitungkan persepsi harga untuk konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen rumah makan De Lapo Bandung, (2) pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen rumah makan De Lapo Bandung dan (3) pengaruh inovasi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen rumah makan De Lapo Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung di rumah makan De Lapo Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 140 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda.

**Kata kunci: Inovasi Produk, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

**Rimosa Felruel (1707584) “The Influence of Product Innovation and Price Perception towards Customer Purchase Decision in Rumah Makan De’ Lapo Bandung”. Under guidance Prof. Dr. H. Suryana, M.Si. dan Dr Heny Hendrayati S.IP., MM.**

*The development of the culinary industry is very fast to make the competition heavier. Batak restaurants that exist today need to increase product innovation and take into account price perceptions for consumers. This study aims to determine: (1) the effect of product innovation on purchasing decisions on consumers of De Lapo Bandung restaurants, (2) the effect of price perceptions on purchasing decisions on De Lapo Bandung restaurant consumers and (3) the effect of product innovations and price perceptions on purchasing decisions at consumers De Lapo Bandung restaurant. This research is a survey research. The population in this study were visitors at De Lapo Bandung restaurant. The sampling technique uses a purposive sampling method with a total sample of 140 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is multiple regression.*

**Key Word: Product Innovation, Price Perception, and Purchasing Decisions**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan saya kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan tepat waktu. Tanpa pertolongan-Nya tentunya saya tidak akan sanggup untuk menyelesaikan tesis ini dengan baik. Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan nikmat sehat-Nya, baik itu berupa sehat fisik maupun akal pikiran, sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan pembuatan tesis sebagai tugas akhir syarat untuk lulus program magister pascasarjana dengan judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN DE LAPO BANDUNG”**. Penulis tentu menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan di dalamnya. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik serta saran dari pembaca untuk tesis ini, agar tesis ini nantinya dapat menjadi yang lebih baik lagi. Demikian, dan apabila terdapat banyak kesalahan pada tesis ini penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Bandung, Agustus 2019

Penyusun

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan atas terselesaikannya tesis “PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI RUMAH MAKAN DE LAPO BANDUNG” ini. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 2 (S2) pada Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Manajemen.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala dukungan, bimbingan dan bantuan yang telah diberikan selama ini sehingga tesis ini dapat terselesaikan, kepada:

1. Keluarga tercinta : Ayah Rudy Doloksaribu, Ibu Netty Monrue Sinaga, Kakak Blofoma Mohentaeses Veransa dan Adik saya Modablofel Julines, terima kasih banyak telah memberikan dukungan yang luar biasa dan doa yang tak henti-hentinya selama ini
2. Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati M.P. selaku Ketua Program Studi yang telah memberikan pengarahan.
3. Prof. Dr. H. Suryana, M.Si. dan Dr. Heny Hendrayati S.IP., MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan.
4. Kepada dosen-dosen di Pacasarjana, khususnya dosen-dosen yang pernah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah.
5. Bapak Usep, S.Pd yang selalu memberikan informasi dan bantuan selama menempuh pendidikan di Program Studi Magister Manajemen, Universitas Pendidikan Indonesia.
6. Keluarga besar Rumah Makan De Lapo Bandung atas izinnya melakukan penelitian dan terimakasih atas kerjasamanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini tepat pada waktunya.

7. Teman-teman jurusan Manajemen 2017 konsentrasi kewirausahaan Ratih, Fanji, Elin, Pa Alek, Feby, Namhee, dan Wanda yang telah memberikan bantuan dan masukan kepada penulis.
8. Teman-teman jurusan Manajemen 2017 Adit, Dina, Oes, Gita, Dewi dan lain lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
9. Untuk semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan tesis ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan tesis ini karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman yang terbatas. Dengan rasa rendah diri penulis mohon maaf jika dalam penyusunan yang penulis buat masih kurang berkenan dalam pandangan para pembaca sekalian. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar tesis ini menjadi lebih baik. Semoga tesis ini dapat bermanfaat kepada para pembaca.

Bandung, Agustus 2019

Penyusun



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	i
DAFTAR TABEL.....	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Identifikasi Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II KAJIAN TEORI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.1 Proses Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.2 Faktor-Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian Konsumen	<b>Error!</b>
2.1.1.3 Pembuatan Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.4 Ragam Kepuasan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.5 Cakupan Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.6. Manfaat Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Inovasi Produk	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.1 Pengertian Inovasi Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.2 Indikator Inovasi Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3 Proses Inovasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Persepsi Harga	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.1 Persepsi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.2 Harga	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Keterkaitan Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian ..	<b>Error!</b>
2.3.1	<b>Bookmark not defined.</b>

2.3.2	Keterkaitan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4	Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III	METODE PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Populasi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Sampel	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Operasional Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1	Uji Validitas	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2	Uji Realibilitas	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2	Analisis Kuantitatif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2.1	Analisis Regresi Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Uji Normalitas Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Uji Linieritas	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Uji Multikolinieritas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Uji Heteroskedastisitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2.2	Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Uji t	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Uji Signifikan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Karakteristik Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.1.3.4 Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Biaya Pengeluaran (per hari)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.1 Gambaran Inovasi Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian dan Dimensinya pada Pelanggan di Rumah Makan De Lapo Bandung .</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.1 Gambaran Inovasi Produk dan Dimensinya pada Pelanggan di Rumah Makan De Lapo Bandung.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.2 Gambaran Persepsi Harga dan Dimensinya pada Pelanggan di Rumah Makan De Lapo Bandung.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.3 Gambaran Keputusan Pembelian dan Dimensinya pada Pelanggan di Rumah Makan De Lapo Bandung.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.2 Analisis Kuantitatif</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.1 Analisis Regresi Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Uji Linieritas	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Uji Multikolinieritas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Uji Heteroskedastisitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.3 Uji Hipotesis</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3.1 Uji t (secara parsial) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Inovasi Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Persepsi Harga .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.2.3.2 Uji F</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3.3 Koefisien Determinasi (Adjusted R2)..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>4.3 Pembahasan</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan di Rumah Makan De Lapo Bandung	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan di Rumah Makan De Lapo Bandung	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3 Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Rumah Makan De Lapo Bandung	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

5.1.1 Implikasi **Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA ..... 75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Frekuensi Kedatangan Pelanggan Rumah Makan De Lapo .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.2 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian ditinjau dari Sajian Menu pada Konsumen Rumah Makan De Lapo ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.3 Hasil Pra Survei Inovasi Produk ditinjau dari ketertarikan produk Rumah Makan De Lapo pada konsumen Rumah Makan De Lapo .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Persepsi Harga ditinjau dari kualitas dan rasa produk pada konsumen Rumah Makan De Lapo ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Rumah makan di Kota Bandung, 2016	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Inovasi Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Persepsi Harga .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.2 Umur Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3 Pekerjaan Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.4 Biaya Pengeluaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.5 Gambaran Dimensi Lini Produk Baru.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.6 Gambaran Dimensi Tambahan Pada Lini Produk Yang Sudah Ada.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.7 Gambaran Dimensi Perbaikan Produk Yang Telah Ada	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.8 Gambaran Dimensi Penentuan Kembali ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.9 Gambaran Dimensi Pengurangan Biaya ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.10 Rekapitulasi Dimensi Inovasi Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.11 Gambaran Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.12 Gambaran Dimensi Harga Bersaing.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.13 Gambaran Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.14 Rekapitulasi Dimensi Persepsi Harga .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.14 Gambaran Dimensi Keputusan Tentang Bentuk Produk	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.15 Gambaran Dimensi Keputusan Tentang Pemilihan Penyalur .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.17 Gambaran Dimensi Keputusan Tentang Waktu Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.18 Gambaran Dimensi Keputusan Tentang Cara Pembayaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.19 Rekapitulasi Dimensi Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.21 Hasil Uji Linieritas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinieritas ..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4.24 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR PUSTAKA

- Akpoyomare, O. B., Adeosun, L. P. K. and Ganiyu, R. A. (2012). The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry: A Study of Lagos Metropolis. *American Journal of Business and Management*. Vol. 1, No. 4.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. "Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3". *Majalah Ekonomi, Tahun XVII, No. 2* Agustus 2007.
- Charles, Noble H.; Sinha, Rajiv K. and Kumar, Ajith. (2012). "Market Orientation and Alternative Strategic Orientations : A Longitudinal Assessment of Performance Implications", *Journal of Marketing* vol. 66, 25-39
- Ferdinand, Augusty. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2010. *Ekonometrika Dasar : Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Iqbal. 2015. *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta Ghalia Indonesia.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2016). *Consumer behavior*. Bussiness Publication, Inc.
- Kandapa Thanasuta. (2015) Thai Consumers Purchase Decision and Private Label Brands. *Internasional Journal of Emerging Markets*, Vol. 10 Iss 1 pp. 102-12.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management. 15th edition*. New Jersey: Prentice.
- Kumalasari, A. R. (2016). "Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Basket Merek Nike pada Mahasiswa Anggota UKM Bola Basket se-DIY". *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Long-Yi Lin, Hsing-Yu Shih. (2012) *The Relationship of University Lifestyle, Money Attitude, Personal Value and their Purchase Decision*. Internasional Jurnal of Research in Management. Vol. 1
- Lukas, B.A. dan Ferrel, O.C.T. (2000) : “The effect of Market Orientation On Product Innovation”. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(2), 240.
- Mahmud Akhter Shareef, Uma Kumar, Vinod Kumar. (2008) Role of Different Electronic-Commerce (EC) Quality Factors on Purchase Decision: A Developing Country Perspective. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 9 No. 2
- Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Rahayu, Agus dan Anggraini, Gita (2009). “Pengaruh Inovasi Produk, terhadap Keputusan Pembelian Produk Audio Sony” *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis. Strategic Volume 8 nomor 16*. Portal Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rakhmat, Jalaludin. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rekarti, Endi. (2008). “Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Genggam”. *Jurnal Ekonomi 03*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Sarwono, Sarlito W dan Meinarno, Eko A. (2009). *Psikologi Sosial*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Schiffman, Leon G. Dan Leslie Lazar Kanuk. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Setianingsih, N. F. (2016). “Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian”. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama



- Simamora, Bilson. (2012). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sousa, F.C.; Pellissier, R; dan Monteiro,I.P. (2012). Creativity, Innovation And Collaborative Organizations. *The International Journal of Organization Innovation* Vol 5 Num 1. p.26-59
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan kesembilan. Bandung : Alfabeta.
- Sukmana, O. (2013). *Dasar-dasar Psikologi Lingkungan*. Malang: UMM Press.
- Sarwono, Sarlito W dan Meinarno, Eko A. 2009. *Psikologi Sosial*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Susanto, Agus. (2013). “Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak”. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Sutisna. 2013. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutikno. (2013). Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen. Artikel.
- Sya’roni, D.A.W. dan Sudirham, J.J. (2012). Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Fakultas Pascasarjana Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM). Volme 11 No.1.
- Tamamudin. (2012). “Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen”. *Jurnal Penelitian* Vol. 9, No. 2, November 2012. Hlm. 283-300
- Terry. R, George dan Leslie W.Rue. (2012) *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. (2011). *Metodologi Penelitian: Aplilasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Walgito, Bimo. 2011. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

Weining Liu, Lan-Yun Chang, Jing-Ru Lin. (2012) Consumer Lifestyle Matters: Evidence from Gray Markets in China. *Journal of Service Science and Management*. Vol 5 pp. 196-205

Wiratha, I Made. (2011). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.