

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh inovasi produk terhadap preferensi konsumen dalam memilih produk UMKM kuliner di Kecamatan Panyabungan, dapat ditarik kesimpulan bahwa inovasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam memilih produk UMKM kuliner di Kecamatan Panyabungan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,489 lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,660 menunjukkan bahwa inovasi produk mampu menjelaskan sebesar 66,0 % variasi preferensi konsumen dalam memilih produk UMKM kuliner di Kecamatan Panyabungan, sedangkan 34,0 % sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Panyabungan

Pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Panyabungan disarankan untuk terus meningkatkan dan memperbarui inovasi produk agar mampu mempertahankan serta meningkatkan preferensi konsumen. Inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan variasi rasa, bentuk, ukuran, perbaikan kualitas bahan, desain kemasan, maupun cara penyajian produk. Pelaku usaha juga perlu memperhatikan perubahan selera dan kebutuhan konsumen agar produk yang ditawarkan tetap memiliki nilai tambah dan daya saing di pasar.

2. Bagi konsumen

Konsumen diharapkan dapat terus memberikan masukan, ulasan, dan tanggapan yang membangun kepada para pelaku UMKM kuliner agar produk yang dihasilkan senantiasa berkembang dan sesuai dengan harapan serta kebutuhan masyarakat.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel independen lain yang belum diteliti, seperti harga, kualitas pelayanan, promosi, lokasi usaha, dan citra merek. Hal ini penting mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk menjelaskan sebesar 66,0 % variasi preferensi konsumen, sedangkan 34,0 % sisanya masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah dan jumlah sampel penelitian agar memberikan gambaran yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, M. F., Purwihartuti, K., & Nazofatullidya. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 7(1), 18–29.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (11th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Hs, I., & Utami, C. K. (2023). Inovasi Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Minat Beli Konsumen Restoran Cepat Saji Setelah Pendemic Covid -19. 7(3), 2060–2070. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5147/http>
- Moehadi, & Susilo, J. H. (2025). *Inovasi Manajemen Organisasi & Keunggulan Bersaing Industri Kecil Menengah*. Insight Mediatama.
- Ndruru, D. S., Sagala, L. G., & Fransiscus, R. (n.d.). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. 8(3), 72–87.
- Purwanto, N., & Budiyanto, S. (2022). *Theory Of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Rintyarna, B. S., Suharso, W., & Sanosra, A. (2024). *Ekstraksi Preferensi Konsumen Dengan Teknik Sentimen Analysis*. Lingkar Edukasi Indonesia.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rusdiyanto, W., & Suranti, S. (2021). Analisis Pengaruh Pelayanan pada Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Efisiensi:Kajian Ilmu Administrasi*, 18(1), 15–28.
- Setyo, P. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v1i6.404>
- Sisca, Simarmata, H. M. P., Purba, E. G. B., Dewi, I. K., Silalahi, M., Fajrillah, A. S., & Sudarmanto, E. (2021). *Manajemen Inovasi* (Medan). Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (cetakan ke). Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi*. Alfabeta.

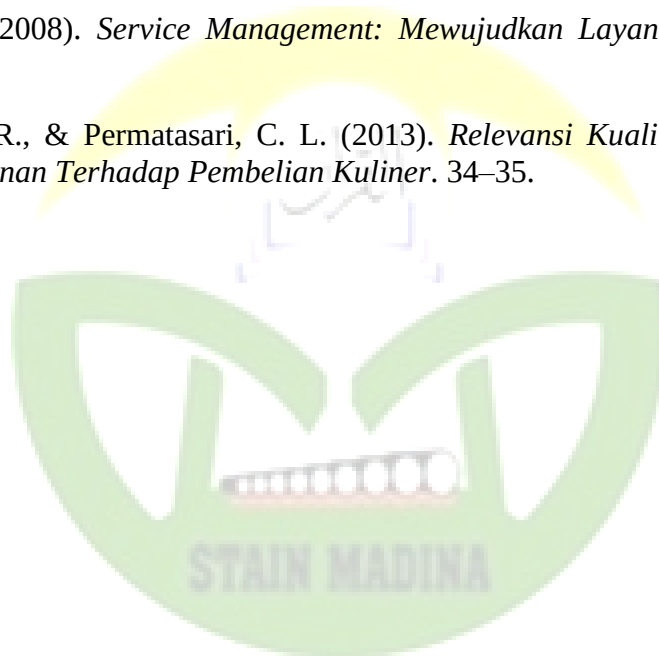
Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. UMSIDA Press.

Suminar, D. R. (2023). Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Umkm Kopi Toktok Indonesia Melalui Branding Produk. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 14(2), 275–280.

Tjahjana, D., Dwidienawati Tjiptadi, D., Hanafiah, H., Mandey, N. H. J., Utomo, P., & Amalia, R. R. (2021). *E-Marketing: Principles, Dynamics & Optimization*. Diandra Kreatif.

Tjiptono, F. (2008). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.

Yulianto, A. R., & Permatasari, C. L. (2013). *Relevansi Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Pembelian Kuliner*. 34–35.



Lampiran I

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/i

Responden Di

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan, saya Putri Intan, mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN) Prodi Ekonomi Syariah. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka memenuhi tugas akhir skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Preferensi Konsumen dalam Memilih UMKM Kuliner di Kecamatan Panyabungan”**. Mohon bantuan Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner berikut untuk mendapatkan data penelitian yang sedang saya lakukan.

Jawaban yang Anda berikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk penelitian ini. Atas perhatian saudara/i yang telah meluangkan waktu serta berpartisipasi mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Pekerjaan :
4. Usia :
5. Alamat :

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (✓) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda.

Skala penilaian:

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

C. DAFTAR PERTANYAAN

Variabel Y. Preferensi Konsumen

No	Indikator	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Pengalaman Konsumen	Pengalaman saya menggunakan produk membuat saya ingin membeli kembali.					
2	Pengalaman Konsumen	Saya merasa puas setelah menggunakan produk tersebut.					
3	Kualitas Produk	Kualitas produk menjadi pertimbangan utama saya dalam memilih produk.					
4	Harga Produk	Harga produk sesuai dengan kualitas yang saya terima.					
5	Harga Produk	Saya mempertimbangkan harga sebelum memutuskan membeli produk.					
6	Reputasi Merek	Saya lebih memilih produk yang memiliki reputasi merek yang baik.					

7	Reputasi Merek	Nama merek memengaruhi keputusan saya dalam memilih produk.					
8	Tren dan Gaya Hidup	Saya memilih produk yang sesuai dengan tren saat ini.					
9	Faktor Psikologis	Keyakinan saya terhadap manfaat produk memengaruhi keputusan pembelian.					
10	Faktor Sosial dan Budaya	Rekomendasi keluarga atau teman memengaruhi pilihan saya terhadap produk.					

Variabel X Inovasi Produk

No	Indikator	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Kualitas Produk	Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik.					
2	Kualitas Produk	Produk memiliki daya tahan yang sesuai dengan harapan saya.					
3	Kualitas Produk	Produk mampu memenuhi kebutuhan saya.					
4	Variasi Produk	Produk tersedia dalam berbagai pilihan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
5	Variasi Produk	Variasi produk yang ditawarkan lebih beragam dibandingkan dengan produk sejenis.					
6	Variasi Produk	Saya tertarik karena adanya pilihan produk yang beragam.					
7	Gaya dan Desain Produk	Desain produk terlihat menarik dan modern.					
8	Gaya dan Desain Produk	Kemasan produk memiliki tampilan yang unik.					
9	Gaya dan Desain Produk	Tampilan produk membedakannya dari produk pesaing.					
10	Gaya dan Desain Produk	Inovasi pada desain produk meningkatkan minat saya untuk membeli.					

40	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	45
41	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
42	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	45
43	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
44	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	46
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	43
49	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
50	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	45
51	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
52	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
53	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
54	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	43
55	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	43
56	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
57	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	46
58	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
59	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
60	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
63	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
64	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
65	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
66	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
70	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
71	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
72	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
73	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
74	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
75	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
76	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
77	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
78	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
79	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
80	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	45
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46
83	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46

84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
87	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
88	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
89	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
92	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
96	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
97	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41



Lampiran III

Hasil Penyebaran Kuesioner Pernyataan Inovasi Produk (X)

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total X1
1	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
2	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	46
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
8	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
9	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	43
12	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	44
13	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	46
14	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
15	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
17	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
18	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
19	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	33
20	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45
21	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
22	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
23	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
24	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
27	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
28	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
29	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
30	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
31	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
32	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
33	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	35
34	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
35	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	44
36	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
37	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
38	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
39	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46

40	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
43	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
44	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	33
45	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
46	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
49	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
50	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	46
51	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	36
54	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
55	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
56	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
57	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
58	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
59	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
60	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
61	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
62	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
63	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
65	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
69	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
71	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
72	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
74	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
75	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	45
76	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
77	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	37
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
80	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42

81	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
82	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
85	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
88	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
89	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
90	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
91	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
92	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	46
93	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
94	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
98	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
99	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40



Hasil Uji Validitas Variabel Y

Correlations												
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.465**	.512**	.497**	.577**	.467**	.405**	.388**	.519**	.443**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.465**	1	.583**	.627**	.391**	.530**	.509**	.542**	.629**	.521**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.512**	.583**	1	.498**	.443**	.577**	.446**	.553**	.530**	.492**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.497**	.627**	.498**	1	.381**	.449**	.573**	.536**	.513**	.406**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.577**	.391**	.443**	.381**	1	.524**	.338**	.445**	.462**	.428**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.467**	.530**	.577**	.449**	.524**	1	.327**	.542**	.518**	.484**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.405**	.509**	.446**	.573**	.338**	.327**	1	.477**	.463**	.374**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.388**	.542**	.553**	.536**	.445**	.542**	.477**	1	.524**	.478**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.519**	.629**	.530**	.513**	.462**	.518**	.463**	.524**	1	.502**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.443**	.521**	.492**	.406**	.428**	.484**	.374**	.478**	.502**	1	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTALY	Pearson Correlation	.723**	.787**	.767**	.748**	.688**	.742**	.666**	.743**	.774**	.694**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

Hasil Uji Validitas Variabel X

Correlations							
	X2	X3	X4	X5	X6	X7	
	.537**	.405**	.438**	.557**	.334**	.488**	
	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
0	100	100	100	100	100	100	
7**	1	.422**	.543**	.512**	.325**	.376**	
0		.000	.000	.000	.001	.000	
0	100	100	100	100	100	100	
5**	.422**	1	.492**	.533**	.317**	.442**	
0	.000		.000	.000	.001	.000	
0	100	100	100	100	100	100	
8**	.543**	.492**	1	.583**	.265**	.527**	
0	.000	.000		.000	.008	.000	
0	100	100	100	100	100	100	
7**	.512**	.533**	.583**	1	.334**	.494**	
0	.000	.000	.000		.001	.000	
0	100	100	100	100	100	100	
4**	.325**	.317**	.265**	.334**	1	.364**	
1	.001	.001	.008	.001		.000	
0	100	100	100	100	100	100	
8**	.376**	.442**	.527**	.494**	.364**	1	
0	.000	.000	.000	.000	.000		
0	100	100	100	100	100	100	
1**	.419**	.534**	.526**	.583**	.341**	.502**	
0	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
0	100	100	100	100	100	100	
5*	.389**	.522**	.554**	.436**	.292**	.353**	
4	.000	.000	.000	.000	.003	.000	

0	100	100	100	100	100	100	
5**	.400**	.491**	.479**	.544**	.283**	.361**	
0	.000	.000	.000	.000	.004	.000	
0	100	100	100	100	100	100	
3**	.696**	.741**	.770**	.800**	.544**	.702**	
0	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
0	100	100	100	100	100	100	



Hasil UjiReliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	10

Hasil UjiReliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.76212082
Most Extreme Differences	Absolute		.102
	Positive		.102
	Negative		-.073
Test Statistic			.102
Asymp. Sig. (2-tailed)			.013 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.237 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.226
		Upper Bound	.248

Hasil Uji Linearitas

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	251.082	17	14.770	.977	.492
	Linearity	88.608	1	88.608	5.861	.018
	Deviation from Linearity	162.474	16	10.155	.672	.813
Within Groups		1224.575	81	15.118		
Total		1475.657	98			

Hasil Uji Analisis Linier Sederhana

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	

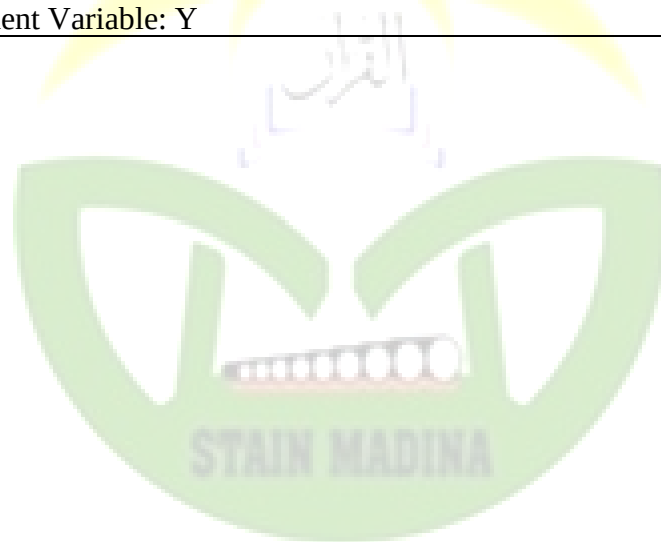
1	(Constant)	33.179	4.234		7.836	.000
	X	.248	.099	.245	2.489	.015
a. Dependent Variable: Y						

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.179	4.234		7.836	.000
	X	.248	.099	.245	2.489	.015
a. Dependent Variable: Y						

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.245 ^a	.660	.650	3.781
a. Predictors: (Constant), X				
b. Dependent Variable: Y				



Tabel r untuk df= 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468

86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Titik Persentase Distribusi t (df= 81-100)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran V Dokumentasi

Dokumentasi Penyebaran Angket







Lampiran VI Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
Jalan Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, Panyabungan 22978
Website: www.stain-madina.ac.id
Email : stainmandailingnatal@yahoo.com

Nomor : B- 1171 /Sti.21/F.I/TL.00/09/2026 22 September 2026
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Camat Panyabungan Kota
di-

Tempat

Dengan hormat, bersama surat ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa :

Nama : Putri Intan
NIM : 22080037
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah (ES)
Instansi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan Penelitian guna untuk memperoleh data/informasi awal dalam penyusunan Skripsi dengan data-data sebagai berikut:

Judul : Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Preferensi Konsumen
Dalam Memilih UMKM Kuliner di Kecamatan
Panyabungan Kota
Tempat : Kecamatan Panyabungan
Waktu : Juli s/d September 2026

Demikian permohonan ini disampaikan, atas kerjasama Bapak/Ibu diucapkan terimakasih.

a.n. Ketua

Ketua Pusat Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat (P3M)



Dr. Arminsyah, M.H.I

Tembusan:
1. Ketua STAIN MADINA
2. Ketua Prodi Ekonomi syariah
3. Arsip

Lampiran VII Surat Balasan Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
KECAMATAN PANYABUNGAN
Jalan Merdeka Nomor 133, Panyabungan, Kode Pos 22919, Telepon 0636 20010

Panyabungan, 30 September 2026

Nomor : 800/ 281 / Pyb / 2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Pemberitahuan Izin Penelitian

Yth. Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian
Masyarakat (P3M)
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Mandailing Natal
di-
Tempat

Menindaklanjuti Surat Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal nomor: B-
1171/Sti.21/F.1/TL.00/09/2026 tanggal 22 September 2026 perihal: Permohonan Izin
Penelitian.

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, bersama ini disampaikan bahwa yang
namanya tersebut dibawah ini diberikan izin Penelitian guna untuk memperoleh
data/informasi dalam penyusunan Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Inovasi Produk
Terhadap Preferensi Konsumen Dalam memilih UMKM Kuliner di Kecamatan
Panyabungan Kota**".

Nama : PUTRI INTAN
NIM : 22080037
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah (ES)
Instansi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Demikian disampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas
perhatiannya diucapkan terimakasih.

PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
CAMAT PANYABUNGAN,

MARTUA EFENDI, S.Sos
PEMBINA
NIP. 19820306 200604 1 011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : PUTRI INTAN
Nim : 22080037
Tempat, Tanggal lahir: Huta Siantar , 17 Februari 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak ke : 2 Dari 5 bersaudara
Alamat : Kota Siantar
Nomor Telepon : 083116658911
Email : intannst245@gmail.com

II.IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Darwinsyah Nasution
Nama Ibu : Naimah Lubis
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Kota Siantar

III.RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 080 Panyabungan
2. SMP Negeri 5 Panyabungan
3. SMK Negeri 2 Panyabungan