

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PRAKATA	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	6
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	6
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	6
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	6
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7

1.5.2	Manfaat Praktis	7
1.6	Sistematika Penulisan.....	8
1.6.1	BAB I : PENDAHULUAN.....	8
1.6.2	BAB II : LANDASAN TEORI.....	8
1.6.3	BAB III : METODE PENELITIAN	8
1.6.4	BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	8
1.6.5	BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1	Inovasi Produk.....	9
2.1.1	Pengertian Inovasi Produk	9
2.1.2	Indikator Inovasi Produk.....	10
2.1.3	Dimensi Inovasi Produk.....	10
2.2	Brand Image	11
2.2.1	Indikator Brand Image (Citra Merek)	11
2.2.2	Unsur Brand Image (Citra Merek)	12
2.3	Keputusan Pembelian	13
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.3.2	Proses Pengambilan Keputusan	13
2.3.3	Indikator Pengambilan Keputusan	14
2.4	Penelitian Terdahulu	16
2.5	Kerangka Pemikiran	18
2.6	Hipotesis.....	19
2.6.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.6.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	19

2.6.3 Pengaruh Inovasi Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Sumber Data.....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.4 Populasi dan Sampel.....	22
3.4.1 Populasi.....	22
3.4.2 Sampel.....	22
3.5 Variabel Penelitian.....	24
3.5.1 Variabel Bebas (Independen).....	24
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen).....	24
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.7 Uji Persyaratan Instrument.....	26
3.7.1 Uji Validitas.....	26
3.7.2 Uji Reabilitas.....	26
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data.....	27
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.9 Metode Analisis Data.....	29
3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	29
3.10 Pengujian Hipotesis.....	30
3.10.1 Uji Secara Parsial (Uji t).....	30
3.10.2 Uji Secara Simultan (Uji F).....	31
BAB IV.....	32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32

4.1	Deskripsi Data	32
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden	32
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	33
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	34
4.2	Hasil Penelitian	35
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian.....	35
4.2.2	Hasil Analisis dan Pengujian Instrumen	43
4.2.3	Hasil Uji Validitas	43
4.2.4	Hasil Uji Reliabilitas	46
4.3	Uji Asumsi Klasik	46
4.3.1	Uji Normalitas	46
4.3.2	Uji Homogenitas	47
4.3.3	Uji Linearitas.....	48
4.3.4	Uji Multikolinieritas.....	49
4.4	Hasil Analisis Data.....	50
4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.5	Pengujian Hipotesis.....	51
4.5.1	Hasil Uji t	51
4.6	Pembahasan	55
4.6.1	Pengaruh Inovasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) 55	
4.6.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	55
4.6.3	Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
BAB V	58

KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Bagi perusahaan PT Mega Irianto Indonesia	58
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	58
DAFTAR PUSTAKA	59