

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM .....	i
PENGESAHAN TESIS .....	ii
PERNYATAAN DEWAN PENGUJI .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.5.1 Manfaat Akademis .....	6
1.5.2 Manfaat Praktis .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Manajemen Pemasaran .....	8
2.2 Bauran Pemasaran .....	8
2.3 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i> .....	10
2.4 Produk .....	11
2.5 Inovasi Produk .....	11
2.5.1 Pengertian Inovasi Produk .....	11
2.5.2 Dimensi Inovasi Produk .....	12
2.5.3 Jenis- Jenis Inovasi Produk .....	13
2.5.4 Pentingnya Strategi Inovasi Produk .....	13
2.5.5 Faktor Yang Mendorong Munculnya Inovasi Produk .....	13

2.6 Merek .....	14
2.6.1 Citra Merek .....	14
2.6.2 Dimensi Citra Merek .....	15
2.6.3 Faktor-Faktor Yang Membentuk Citra Merek .....	16
2.7 Perilaku Konsumen .....	16
2.8 Minat Pelanggan .....	17
2.8.1 Pengertian Minat Pelanggan .....	17
2.8.2 Dimensi Minat Pelanggan .....	18
2.9 Keputusan Pembelian.....	18
2.9.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.9.2 Dimensi Minat Beli Konsumen.....	19
2.10 Penelitian Terdahulu .....	20
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Model Konseptual Penelitian .....	22
3.2 Variabel Penelitian .....	22
3.3 Variabel Operasional Variabel.....	23
3.3.1 Variabel Inovasi Produk Terhadap Citra Merek .....	26
3.3.2 Variabel Inovasi Produk Terhadap Minat Pelanggan .....	26
3.3.3 Variabel Citra Merek Terhadap Minat Pelanggan .....	26
3.3.4 Variabel Minat Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
3.3.5 Hipotesis.....	27
3.4 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel.....	27
3.4.1 Unit Analisis.....	27
3.4.2 Jenis Penelitian.....	27
3.4.3 Objek Penelitian .....	28
3.4.4 Waktu Penelitian .....	28
3.4.5 Populasi dan Sampel Penelitian .....	28
3.5 Metode Pre-Test.....	30
3.5.1 Uji Validitas .....	30
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	31

3.5.3 Uji Normalitas.....	31
3.5.4 Uji Multikolinearitas .....	31
3.5.5 Uji Heterokedastisitas .....	31
3.6 Main- Test.....	32
3.6.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	32
3.6.2 Uji Korelasi Parsial .....	32
3.6.3 Uji Korelasi Berganda (R) .....	32
3.6.4 Koefesien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	33
3.6.5 Uji Hipotesis.....	33
3.6.5.1 Uji T .....	33
3.6.5.2 Uji F .....	34
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Bauran Pemasaran .....	35
4.2 Analisis Hasil Pre Test (Uji Pendahuluan).....	35
4.2.1 Analisis Hasil Uji Validitas (Pre Test).....	36
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	36
4.2.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	37
4.2.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pelanggan.....	37
4.2.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	38
4.2.2 Analisis Hasil Uji Reabilitas (Pre Test) .....	38
4.2.3 Kesimpulan Pre Test .....	39
4.3 Analisis Hasil Main Test (Uji Utama) .....	39
4.3.1 Deskripsi Profil Responden.....	39
4.3.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	39
4.3.1.2 Usia Responden.....	40
4.3.1.3 Pekerjaan Responden .....	40
4.3.1.4 Perolehan Informasi Mengenai Produk.....	41
4.3.1.5 Jenis Produk Yang Digunakan .....	42
4.3.1.6 Jangka Waktu Pemakaian .....	42
4.3.2 Analisis Hasil Uji Validitas Main Test .....	43

4.3.2.1 Analisis Hasil Uji Validitas Inovasi Produk .....	43
4.3.2.2 Analisis Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	44
4.3.2.3 Analisis Hasil Uji Validitas Minat Pelanggan .....	45
4.3.2.4 Analisis Hasil Uji Validitas Keputusan Pelanggan .....	45
4.3.3 Analisis Hasil Uji Reabilitas (Pre Test) .....	46
4.3.4 Uji Asumsi Klasik .....	46
4.3.4.1 Uji Normalitas .....	47
4.3.4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.3.4.3 Uji Multikolinieritas .....	48
4.3.4.4 Uji Regresi .....	49
4.3.4.5 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
4.3.4.6 Uji Hipotesis (Uji t) .....	52
4.3.5 Pembahasan Hasil Uji Main Test .....	54
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Implikasi Manajerial .....	60
5.3 Keterbatasan Hasil Penelitian .....	60
5.4 Saran .....	61
5.4.1 Saran Bagi Perusahaan .....	61
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
RIWAYAT HIDUP .....	66
LAMPIRAN	