DAFTAR ISI

COVER i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.1.1 Profil Perusahaan 1
1.1.2 Visi Misi Perusahaan 3
1.1.3 Produk dan Layanan 3
1.2 Latar Belakang 4
1.3 Perumusan Masalah 7
1.4 Tujuan penelitian 8
1.5 Kegunaan Penelitian 8
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir 9
BAB II LANDASAN TEORI 10
2.1. Rangkuman Teori 10
2.1.1 Pemasaran 10
2.1.2 Manajemen Pemasaran 10
2.1.3 Inovasi..... 11
2.1.4 Produk..... 14
2.1.4.1 Pengertian Inovasi Produk 14
2.1.4.2 Jenis-Jenis Inovasi Produk 14
2.1.4.3 Bentuk-Bentuk Inovasi Produk 15
2.1.5 Keputusan Pembelian 16

2.2 Kerangka Pemikiran 22
2.3 Penelitian Terdahulu 24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 26
3.1 Jenis Penelitian 26
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran 26
3.2.1 Operasional Variabel 26
3.2.2 Variabel Operasional 28
3.3 Tahapan Penelitian 30
3.4 Populasi dan Sampel 30
3.4.1 Populasi 30
3.4.2 Sampel 31
3.5 Pengumpulan Data 33
3.5.1 Jenis Data 32
3.6 Teknik Pengumpulan Data 33
3.6.1 Skala Pengukuran 34
3.6.2 Teknik Analisis Data 34
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas 35
3.7.1 Uji Validitas 35
3.7.2 Uji Reliabilitas 36
3.8 Teknik Analisis Data 37
3.8.1 Statistik Deskriptif 37
3.8.2 Uji Normalitas 38
3.8.3 Analisi Regresi Linier Sederhana 39
3.8.4 Uji T (Uji Parsial) 39
3.8.5 Koefisien Determinasi 40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 41
4.1 Hasil Penelitian 41
4.1.1 Deskripsi Responden 41
4.2 Hasil Penelitian 45
4.2.1 Pembahasan Validitas dan Reabilitas 45
4.2.2 Analisis Deskriptif 47

4.2.3 Uji Normalitas 50
4.2.4 Analisis Regresi Linier Sederhana 52
4.2.4.1 Uji T..... 53
4.2.4.2 Koefisien Determinasi 54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 56
5.1 Kesimpulan 56
5.2 Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Gerai Chatime Bandung 2
Tabel 1.2 Produk dan Layanan Chatime 4
Tabel 1.3 Daftar Perusahaan yang Bergerak Dibidang Buuble Tea..... 5
Tabel 1.4 Top Brand 2014-2016..... 5
Tabel 2.1 Definisi-Definisi Inovasi 12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu..... 24
Tabel 3.1 Variabel Operasional 28
Tabel 3.2 Skala Likert 34
Tabel 3.3 Indeks Korelasi..... 36
Tabel 3.4 Kategori Skor Jawaban..... 38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden..... 41
Tabel 4.2 Tingkatan Usia Konsumen 42
Tabel 4.3 Lokasi Tempat Tinggal..... 43
Tabel 4.4 Pekerjaan 44
Tabel 4.5 Validitas Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian ... 46
Tabel 4.6 Uji Realibilitas..... 47
Tabel 4.7 Hasil Analisi Variabel Inovasi Produk 48
Tabel 4.8 Hasil Analisi Variabel Keputusan Pembelian 49
Tabel 4.9 Uji Normalitas 51
Tabel 4.10 Regresi Linier Sederhana 52
Tabel 4.11 Hasil Uji t 53
Tabel 4.12 Uji R 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan 3
Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen 20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 23
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian 30
Gambar 4.1 Presentase Jenis Kelamin 41
Gambar 4.2 Prensentase Tingkat Usia Konsumen 43
Gambar 4.3 presentase Lokasi Tempat Tinggal Konsumen..... 44
Gambar 4.4 Presentase Berdasarkan Pekerjaan Konsumen 45
Gambar 4.5 Garis Kontinum Variabel Inovasi Produk 49
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian 50
Gambar 4.7 Uji Normalitas 52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Output SPSS

Lampiran 2 : Lembar kuesioner

Lampiran 3 : Hasil Tabulasi