DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

.....

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 13

1.2.1 Identifikasi Masalah 13

1.2.2 Rumusan Masalah 15

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 15

1.3.1 Maksud Penelitian 15

1.3.2 Tujuan Peneliatian 16

1.4 Kegunaan Penelitian 16

1.4.1 Kegunaan Praktis 16

1.4.2 Kegunaan Akademis 17

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 18

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 19

2.1.1 Inovasi Produk 19

2.1.1.1 Pengertian Inovasi Produk 19
2.1.1.2 Golongan Dalam Inovasi Produk 23
2.1.1.3 Cara Berinovasi Produk 23
2.1.1.4 Proses Penerimaan Konsumen Terhadap Inovasi Produk 24
2.1.2 Iklan Media Televisi 27
2.1.2.1 Pengertian Iklan Media Televisi 27
2.1.2.2 Bentuk-bentuk Iklan Televisi 30
2.1.2.3 Sifat-sifat Iklan Media Televisi 31
2.1.2.4 Komponen Dalam Iklan Media Televisi 32
2.1.3 Daya Saing 35
2.1.3.1 Pengertian Daya Saing 35
2.1.3.2 Ukuran Daya Saing 37
2.1.4 Teh Hijau..... 38
2.1.5 Hasil Penelitian Terdahulu 40
2.2 Kerangka Pemikiran 43
2.2.1 Keterkaitan Inovasi Produk dengan Daya Saing 49
2.2.2 Keterkaitan Iklan Media Televisi dengan Daya Saing .. 50
2.3 Hipotesis 52

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian 54
3.2 Metode Penelitian 55
3.2.1 Desain Penelitian 55
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 58
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 60
3.2.3.1 Sumber Data 60
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 61
3.2.4 Teknik Penentuan Data Data 65
3.2.4.1 Uji Validitas 66
3.2.4.2 Uji Reabilitas 69

3.2.4.3 Uji MSI..... 72
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 60
3.2.5.1 Rancangan Analisis 73
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 82
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 82
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 86
4.1.3 Deskripsi Jabatan 87
4.1.4 Aktifitas Perusahaan 90
4.2 Karakteristik Responden 93
4.3 Analisis Deskriptif 95
4.3.1 Deskriptif Inovasi Produk 96
4.3.2 Deskriptif Iklan Media Televisi..... 98
4.3.3 Deskriptif Daya Saing..... 99
4.4 Analisis Verivikatif 102
4.4.1 Keterkaitan Antara Inovasi Produk Dengan Iklan Media Televisi..... 102
4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Dengan Daya Saing Secara Parsial..... 104
4.4.3 Pengaruh Iklan Media Televisi Dengan Daya Saing Secara Parsial..... 108
4.4.4 Pengaruh Inovasi Produk dan Iklan Media Televisi Dengan Daya Saing Secara Simultan..... 111

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 117

5.2 Saran 118

DAFTAR PUSTAKA

KUESIONER

LAMPIRAN-LAMPIRAN LAIN