DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

ABSTRACT ..... **i**

ABSTRAK ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR TABEL ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN 1

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH DAN RUMUSAN MASALAH **7**

1.2.1 Identifikasi Masalah 7

1.2.2 Rumusan Masalah 8

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN **8**

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian 8

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN **9**

1.4.1 Kegunaan Praktis 9

1.4.2 Kegunaan Akademis 9

1.5 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN **9**

1.5.1 Lokasi Penelitian 9

1.5.2 Waktu Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 KAJIAN PUSTAKA **11**

2.1.1 Pengertian Inovasi 11

2.1.2 Pengertian Produk 14
2.1.3 Pengertian Inovasi Produk 15
2.2 PROMOSI 16
2.2.1 Pengertian Promosi 16
2.2.2 Pengertian Sosial Media 19
2.2.3 Pengertian Promosi 16
2.3 KEPUTUSAN PEMBELIAN 26
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 26
2.3.2 Tahap Pengambilan Keputusan 33
2.4 HASIL PENELITIAN TERDAHULU 34
2.5 KERANGKA BERFIKIR 37
2.5.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian 37
2.5.2 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian 38
2.5.3 Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian 40
2.6 HIPOTESIS PENELITIAN 42
BAB III OBYEK DAN METODE PENELITIAN 43
3.1 OBJEK PENELITIAN 43
3.2 METODE PENELITIAN 44
3.2.1 Desain Penelitian 45
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 47
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 48
3.2.3.1 Teknik Penentuan Data 49
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 50
3.2.4.1 Uji Validitas 51
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 53
3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal Ke Interval) 55
3.3 RANCANGAN ANALISIS DAN PENGUJIAN HIPOTESIS 56
3.3.1 Rancangan Analisis 56
3.3.1.1 Analisis Deskriptif/ Kualitatif 56

3.3.1.2 Analisi Verifikatif (Kuantitatif) 58
3.3.1.3 Analisis Regresi 58
3.3.1.4 Pengujian Hipotesis 62
BAB 1V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 66
4.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 66
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 66
4.2 Karakteristik Responden 67
4.2.1 Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian 72
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas 72
4.1.2.2 Hasil Uji Reliabilitas 73
4.3 Hasil Analisi Deskriptif 74
4.3.1 Inovasi Produk (X1) 75
4.3.2 Promosi Pada Media Sosial (X2) 85
4.3.3 Keputusan Pembelian (Y) 96
4.1.4 Analisi Verifikatif 107
4.1.4.1 Uji Asumsi Klasik 107
4.5 Persamaan Regresi Linier Berganda 111
4.5.1 Analisi Koefesien Korelasi (R) 113
4.1.4.4 Analisi Koefesien Determinasi (r2) 115
4.1.4.5 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 117
4.1.4.6 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 125
5.1 KESIMPULAN 125
5.2 SARAN 126
DAFTAR PUSTAKA 128