

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	7
C. Tujuan dan kontribusi penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
2. Inovasi Produk	15
3. Citra Merek	19
4. Media Sosial.....	22
5. Minat Beli	27
B. Penelitian terdahulu	31
C. Rerangka Pemikiran.....	37

D. Hipotesis	39
--------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
--------------------------------------	----

B. Desain Penelitian	40
----------------------------	----

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	41
--	----

D. Populasi dan Sampel Penelitian	44
---	----

1. Populasi	44
-------------------	----

2. Sampel.....	45
----------------	----

E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
---------------------------------	----

F. Metode Analisis	46
--------------------------	----

1. Metode Pengujian Data	46
--------------------------------	----

a. Uji Validitas.....	47
-----------------------	----

b. Uji Reliabilitas	48
---------------------------	----

2. Metode Analisis Data	49
-------------------------------	----

a. Uji Hipotesis	49
------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	59
-----------------------	----

1. Karakteristik Responden	59
----------------------------------	----

a. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	59
---	----

b. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	60
--	----

c. Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan	61
---	----

2. Analisis Deskriptif Variabel	62
---------------------------------------	----

a. Analisis Deskriptif Inovasi produk	62
---	----

b. Analisis Deskriptif Citra merek	64
c. Analisis Deskriptif Media sosial	65
d. Analisis Deskriptif Minat Beli	66
3. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	67
a. Uji Validitas dan Reabilitas Inovasi produk.....	68
b. Uji Validitas dan Reliabilitas Citra merek	
b. Uji Validitas dan Reliabilitas Media Sosial.....	74
c. Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Beli	77
4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	79
5. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	82
6. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	84
B. Analisis Hasil Penelitian	86
1. Analisis Variabel Inovasi Produkterhadap Minat Beli.....	86
2. Analisis Variabel Citra Merek terhadap Minat Beli	86
3. Analisis Variabel Media Sosial terhadap Minat Beli.....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	95