

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.3.1 Inovasi Produk.....	14

2.3.2 Citra Merek.....	16
2.3.3 <i>Word Of Mouth (WOM)</i>	17
2.3.4 Minat Beli.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Keterhubungan antar Variabel dan Hipotesis	27
2.3.1 Hubungan antar Inovasi Produk terhadap Minat Beli	27
2.3.2 Hubungan antar Citra Merek terhadap Minat Beli	27
2.3.3 Hubungan antar <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli	28
2.4 Model Analisis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran	32
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	33
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	34
3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	35
3.6.1 Uji Validitas	35
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.6.4 Uji F Kesesuaian Model.....	37

3.6.5 Uji Parsial (Uji t)	37
3.6.6 Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	37
3.6.7 Uji Asumsi Klasik.....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Analisis Data.....	40
4.1.1 Karakteristik Responden.....	40
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.1.6 Uji F.....	56
4.1.7 Uji Parsial (Uji t)	57
4.1.8 Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	58
4.2 Pembahasan.....	59
4.2.1 Pengaruh Inovasi produk terhadap Minat Beli.....	59
4.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	60
4.2.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	62
4.3 Implikasi Manajerial.....	63
4.4 Keterbatasan Penelitian	64

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpul an.....	65
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	66
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	66
REFERENSI	67



DAFTAR GAMBAR

No.	Gambar	Halaman
1.1	PDB Ekonomi Kreatif tahun 2010-2019	2
1.2	Indeks Pertumbuhan Produksi Industri Makanan Mikro dan Kecil...	3
1.3	Foto Produk Taksu Snack.....	5
1.4	Perbedaan Kerupuk Babi Pada Umumnya Dengan Inovasi Kerupuk Kulit Babi Mentah Taksu Snack	6
1.5	Taksu Snack di Ranch Market Surabaya.....	8
2.1	Model Analisis	30
4.1	Distribusi Usia Responden	40
4.2	Distribusi Domisili Responden	41
4.3	Distribusi Jenis Kelamin Responden	42
4.4	Distribusi Pekerjaan Responden	43
4.6	Distribusi Responden Dari Mana Mengetahui	44

DAFTAR TABEL

No.	Tabel	Halaman
3.1	Variabel dan Definisi Operasional.....	33
4.1	Deskripsi Responden Variabel Inovasi Produk	46
4.2	Deskripsi Responden Variabel Citra Merek.....	47
4.3	Deskripsi Responden Variabel Persepsi <i>World of Mouth</i>	48
4.4	Deskripsi Responden Variabel Minat Beli	50
4.5	Hasil Uji Validitas.....	51
4.6	Hasil Uji Reliabilitas	52
4.7	Hasil Uji Normalitas	53
4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	53
4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.10	Hasil Uji Linearitas	54
4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
4.12	Hasil Uji F	57
4.13	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	58
4.14	Hasil Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	59

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Lampiran	Halaman
1	LAMPIRAN A - Kuesioner Penelitian	A-1
2	LAMPIRAN B - Mapping Jurnal	B-1
3	LAMPIRAN C - Tabulasi Data.....	C-1
4	LAMPIRAN D - Hasil Uji SPSS.....	D-1
5	LAMPIRAN E - Bukti Validasi.....	E-1
6	LAMPIRAN F - Bukti Turnitin.....	F-1

