

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Konsep dan Teori	12
1. Manajemen.....	12
2. Manajemen Pemasaran.....	16
3. Inovasi Produk.....	18
4. Promosi	21
5. Keputusan Pembelian Produk.....	24
B. Kajian Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berpikir	31

1.	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	33
3.	Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	33
D.	Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
A.	Metode dan Pendekatan.....	36
B.	Jenis dan Sumber Data	36
1.	Data Primer	37
2.	Data Sekunder	37
C.	Populasi dan Sampel	37
1.	Populasi.....	37
2.	Sampel.....	38
D.	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	40
1.	Variabel Penelitian	40
2.	Operasional Variabel.....	41
F.	Teknik Pengumpulan Data	43
1.	Studi Kepustakaan.....	44
2.	Kuesioner	44
G.	Teknik Analisis Data	45
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	45
2.	Uji Instrumen Data	46
3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.	Uji Hipotesis.....	52
5.	Analisis Koefisien Determinasi	55
H.	Tempat Penelitian.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		57
A.	Gambaran Umum	57
1.	Sejarah PT HM Sampoerna TBK	57

2.	Struktur Organisasi PT HM Sampoerna TBK	60
B.	Hasil Analisis Data Penelitian	61
1.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
2.	Statistik Deskriptif.....	63
3.	Deskriptif Tanggapan Responden.....	65
4.	Hasil Uji Instrumen Data Penelitian	78
5.	Analisis Regresi Linier Berganda	82
6.	Uji Hipotesis.....	84
7.	Analisis Koefisien Determinasi	88
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
1.	Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	89
2.	Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	91
3.	Pengaruh Inovasi Produk (X1) dan Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	93
BAB V	PENUTUP	96
A.	Kesimpulan.....	96
B.	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN.....		104

