

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	15
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	15
1.2.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	18
2.1. Kajian Pustaka.....	18
2.1.2 Teori Ilmu Manajemen.....	18
2.1.1.1. Pengertian Manajemen.....	18
2.1.1.2. Pentingnya Manajemen.....	20
2.1.1.3. Fungsi-fungsi Manajemen.....	21
2.1.1.4. Tujuan Manajemen.....	22
2.1.1.5. Level Manajemen.....	23
2.1.1.6. Bidang-Bidang Manajemen.....	24
2.1.1.7. Manajemen Modern.....	25
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	26
2.1.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	26
2.1.2.2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	27
2.1.2.3. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	28
2.1.2.4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	28
2.1.2.5. Strategi Pemasaran.....	29
2.1.2.6. <i>E-Commerce</i>	30
2.1.2.7. Pemasaran Era <i>Industry 4.0</i> dan <i>Society 5.0</i>	31
2.1.3 Inovasi Produk.....	33
2.1.3.1. Pengertian Inovasi Produk.....	33
2.1.3.2. Pentingnya Inovasi Produk.....	34
2.1.3.3. Golongan Dalam Inovasi Produk.....	35
2.1.3.4. Proses Penerimaan Konsumen terhadap Inovasi Produk.....	36
2.1.3.5. Indikator Inovasi Produk.....	37
2.1.4. Kualitas Produk.....	37

2.1.4.1. Atribut Produk.....	38
2.1.4.2 Pengertian Kualitas Produk.....	39
2.1.4.3 Pentingnya Kualitas Produk.....	40
2.1.4.4 Dimensi Kualitas Produk.....	41
2.1.4.5 Indikator Kualitas Produk.....	42
2.1.5 Minat Beli.....	43
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli.....	44
2.1.5.2. Faktor yang Membentuk Minat Beli.....	45
2.1.5.3. Aspek-aspek Minat Beli.....	46
2.1.5.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	46
2.1.5.5 Indikator Minat Beli.....	47
2.1.6. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	48
2.2 Kerangka Pemikiran.....	51
2.2.1 Hubungan antara Variabel Inovasi Produk dan Variabel Minat Beli.....	51
2.2.2 Hubungan antara Variabel Kualitas Produk dan Variabel Minat Beli.....	52
2.2.3 Hubungan antara Variabel Inovasi Produk dan Variabel Kualitas Produk dengan Minat Beli.....	53
2.3 Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	56
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	56
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	57
3.2.1 Definisi Variabel.....	57
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	59
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian (sumber data sekunder)	60
3.3.1. Populasi.....	60
3.3.1. Sampel Penelitian.....	60
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data Sumber Data.....	62
3.4.1. Sumber Data.....	62
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5 Teknik Analisis Data.....	64
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	64
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	67
3.6 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	73
3.6.1. Tempat Penelitian.....	73
3.6.2. Waktu Penelitian.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Hasil Penelitian.....	75
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	75
4.1.1.1. Sejarah Berdirinya UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	75
4.1.1.2. Profil UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	76
4.1.1.3. Visi dan Misi UMKM Kicimpring Saung Kuring... ..	78
4.1.1.4. Struktur Organisasi UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	78

4.1.2 Karakteristik Responden.....	80
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	86
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang Inovasi Produk Konsumen UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	86
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang Kualitas Produk Konsumen UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	100
4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Minat Beli Konsumen UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	115
4.1.4. Pengujian Hipotesis.....	131
4.1.4.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	131
4.1.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	139
4.1.4.3. Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	146
4.2 Pembahasan.....	157
4.2.1 Pengaruh inovasi produk terhadap minat beli UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	158
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	160
4.2.3 Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli UMKM Kicimpring Saung Kuring.....	163
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	166
5.1 Simpulan.....	166
5.2 Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA.....	168
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	172
RIWAYAT HIDUP.....	201