

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	13
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	13
1.2.2 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>16</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	16
2.1.1.1 Definisi Manajemen.....	16
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	17
2.1.1.3 Tujuan Manajemen.....	19
2.1.1.4 Karakteristik dan Nilai-Nilai Manajemen...	20
2.1.1.5 Tingkatan Manajemen.....	21
2.1.1.6 Bidang-Bidang Manajemen.....	22
2.1.1.7 Manajemen Modern.....	23

2.1.2	Manajemen Pemasaran .....	25
2.1.2.1	Definisi Manajemen Pemasaran .....	25
2.1.2.2	Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran .....	27
2.1.2.3	Fungsi-fungsi Pemasaran.....	27
2.1.2.4	Tujuan Pemasaran.....	28
2.1.2.5	Marketing Mix (7P) .....	29
2.1.2.6	Masalah-Masalah dalam Pemasaran.....	30
2.1.2.7	Strategi Pemasaran.....	31
2.1.2.8	Pemasaran Era <i>Indrustry</i> 4.0 dan <i>Society</i> 5.0 .....	32
2.1.3	Kajian Variabel Yang Diteliti .....	38
2.1.3.1	Inovasi Produk .....	38
2.1.3.2	Tujuan Inovasi Produk .....	40
2.1.3.3	Manfaat Inovasi Produk .....	41
2.1.3.4	Indikator Inovasi Produk.....	42
2.1.3.5	Kualitas Produk.....	44
2.1.3.6	Tingkatan Kualitas Produk .....	45
2.1.3.7	Indikator Kualitas Produk.....	45
2.1.3.8	Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	46
2.1.3.9	Keputusan Pembelian .....	48
2.1.3.10	Proses Keputusan Pembelian .....	49
2.1.3.11	Tingkat Pengambilan Keputusan Pembelian.....	50
2.1.3.12	Indikator Keputusan Pembelian.....	51
2.1.3.13	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	52
2.1.4	Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	54
2.2	Kerangka Pemikiran .....	56
2.2.3	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
2.2.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	57

2.2.5 Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
2.3 Hipotesis Penelitian .....	60
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
3.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	62
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	64
3.2.1 Definisi Variabel .....	64
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	65
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	67
3.3.1 Populasi .....	67
3.3.2 Sampel.....	68
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.4.1 Sumber Data .....	69
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	70
3.5 Teknik Analisis Data .....	73
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	73
3.5.2 Analisis Asosiatif/Verifikatif.....	75
3.5.2.1 Pengaruh Inovasi Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	76
3.5.2.2 Pengaruh Inovasi Produk $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	80
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	84
3.6.1 Tempat Penelitian.....	84
3.6.2 Waktu Penelitian .....	84
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>86</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	86
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	86
4.1.2 Visi dan Misi <i>Andreyansah Corporation</i> .....	87
4.1.3 Struktur Organisasi .....	88
4.1.4 Karakteristik Responden.....	90
4.2 Pembahasan .....	173

4.2.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mustofa di Andreyansah Corporation.....	173
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mustofa di Andreyansah Corporation.....	175
4.2.3 Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mustofa di Andreyansah Corporation.....	177
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>180</b>
5.1 Simpulan.....	180
5.2 Saran.....	181
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>183</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>189</b>