

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Konsep <i>Inovasi Produk dan Distribusi</i>	18
2.1.1.1 <i>Konsep Produk</i>	18
2.1.1.1.2 <i>Definisi Inovasi Produk</i>	26
2.1.1.1.3 <i>Dimensi Inovasi Produk</i>	29
2.1.2 Konsep Distribusi.....	35
2.1.2.1 Saluran Distribusi.....	35
2.1.2.2 Sistem Distribusi.....	37
2.1.2.3 Fungsi Saluran Distribusi.....	38
2.1.2 Dimensi Distribusi	39
2.1.3 Konsep Keputusan Pembelian Konsumen	43
2.1.3.1 Perilaku Konsumen.....	43

2.1.3.2 Peran Konsumen dalam Pembelian.....	44
2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	45
2.1.3.4 Tahap-tahap Keputusan Pembelian	50
2.1.3.5 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	52
2.1.3.6 Definisi Keputusan Pembelian Konsumen	53
2.1.3.7 Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen.....	55
2.1.4 Pengaruh <i>Inovasi Produk dan Distribusi Terhadap</i> <i>Keputusan Pembelian</i>	57
2.1.5 Orsinalitas Penelitian	58
2.2 Kerangka Pemikiran	60
2.3 Hipotesis	65
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	67
3.2 Metode Penelitian	68
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	68
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	70
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	76
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	78
3.2.4.1 Populasi	78
3.2.4.2 Sampel	80
3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	82
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	84
3.2.6 Pengujian Hasil Validitas dan Reliabilitas	85
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	85
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	91
3.2.7 Rancangan Teknik Analisis Data dan Hipotesis	94
3.2.7.1 Teknik Analisis Data	94
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Deskriptif	95
3.2.7.3 Analisis Verifikatif dengan Menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda	96

3.2.7.4 Uji Normalitas	97
3.2.7.5 Koefisien Determinasi	103
3.2.7.6 Pengujian Hipotesis	104

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	107
4.1.1 Profil PT Maicih Inti Sinergi	107
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	107
4.1.1.2 Logo Perusahaan	109
4.1.1.3 Struktur Organisasi	111
4.1.1.4 Deskripsi Tugas	112
4.1.1.5 Visi dan Misi	113
4.1.1.6 Produk Keripik Maicih	113
4.1.2 Karakteristik Responden Keripik Maicih	117
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	118
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	119
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	121
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	123
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	124
4.1.2.6. Pengalaman Responden mengkonsumsi Keripik Maicih	126
4.1.2.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Jangka Waktu Konsumsi	127
4.1.2.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Ukuran keripik Maicih ..	128
4.1.2.9 Pengalaman Responden Berdasarkan Level Kepedasan	130
4.1.2.10 Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Membeli	131
4.1.2.11 Pengalaman Responden Berdasarkan Follower Twiter dan Facebook	133
4.1.2.12 Pengalaman Responden Berdasarkan Informasi	135
4.1.2.13 Pengalaman Responden Berdasarkan Merek Keripik selain Keripik Maicih	137
4.1.2.14 Pengalaman Responden Berdasarkan Kualitas Keripik	

Maicih dibandingkan keripik lain	139
4.2 Hasil Penelitian	142
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk	
Keripik Maich	142
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Keripik	
Maicih	142
4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Merek Keripik Maich	144
4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Keripik Maich.....	146
4.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Pelabelan Keripik	
Maicih.....	149
4.2.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Garansi Keripik Maich	151
4.2.1.6 Rekapitulasi Dimensi Inovasi Produk	154
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Saluran Distribusi Keripik	
Maicih	158
4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Saluran Distribusi Produk	
Inovasi Keripik Maich	158
4.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Fungsi Distribusi Keripik	
Maicih	160
4.2.2.3 Rekapitulasi Dimensi Distribusi	163
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Produk	
Keripik Maich	166
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk	
Keripik Maich	166
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Merek	168
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Penyalur	170
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian	172
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran	173
4.3.6 Rekapitulasi Dimensi Keputusan Pembelian	174
4.4 Hasil Pengujian Statistik	178
4.4.1 Pengujian Asumsi Regresi	178

4.4.1.1 Uji Normalitas	178
4.4.1.2 Uji Heteroskedastisitas	180
4.4.1.3 Uji Autokolerasi	182
4.5.1.4 Uji Linearitas	184
4.4.2 Pengujian Hipotesis Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	185
4.4.3 Pengujian Hipotesis Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian	185
4.5 Analisis Linear Berganda	185
4.5.1 Uji Signifikasi (Uji F)	187
4.5.2 Uji Signifikasi (Uji T)	188
4.5.3 Koefisinsi Determinasi	190
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	195
4.6.1 Gambaran Inovasi Produk	195
4.6.2 Gambaran Distribusi	197
4.6.3 Gambaran Pengaruh Inovasi Produk dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian	198
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	199
4.7.1 Implikasi Temuan Teoritis	199
4.7.1.1 Implikasi Teoritis yang Berhubungan dengan Inovasi Produk	200
4.7.1.2 Implikasi Teoritis yang Berhubungan dengan Inovasi Distribusi	201
4.7.2 Implikasi Temuan Empiris	203
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	207
5.2 Rekomendasi	208
DAFTAR PUSTAKA	211
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Industri Makanan dan Minuman Tahun 2006-2013	3
1.2	Pertumbuhan Industri Tahun 2009-2011	4
1.3	Industri Makanan dan Minuman Tahun 2009-2011	5
1.4	Industri Makanan Tahun 2011	6
1.5	Produk Industry Makanan	9
1.6	Data Omzet Penjualan Keripik PT Maichi Inti Sinergi.....	10
1.7	Pertimbangan Konsumen dalam memutuskan Membeli Keripik Maich.....	13
2.1	Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Para Ahli	54
2.2	Orisinalitas Penelitian.....	59
3.1	Operasional Variabel	71
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	78
3.3	Populasi Konsumen Keripik Maich Yang Berada Di Beberapa Tempat Di Kota Bandung Dan Sekitarnya.....	79
3.4	Penyebaran Proporsi sampel pada setiap hari untuk Konsumen Keripik Maich Yang Berada Di Beberapa Tempat Di Kota Bandung Dan Sekitarnya	84
3.5	Interprestasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	87
3.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel Inovasi Produk dan Distribusi....	88
3.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	90
3.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	93
3.9	Pedoman Untuk Memberikan Interprestasi Koefisien Kolerasi	103
3.10	Pedoman Untuk Memberikan Interprestasi Koefisien Determinasi ...	104

4.1	Produk PT Maicih Inti Sinergi.....	114
-----	------------------------------------	-----

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	118
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	120
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	121
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Pekerjaan	123
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	125
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Konsumsi	127
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Ukuran	129
4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Level Kepedasan	130
4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Membeli	132
4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Keikutsertaan sebagai Follower Twitter dan Facebook	133
4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	135
4.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Keripik Maicih	137
4.14	Karakteristik Responden Berdasarkan Kualitas Keripik Maicih Dibandingkan Keripik yang lain	140
4.15	Tanggapan Responden terhadap Kualitas	143
4.16	Tanggapan Responden terhadap Merek	145
4.17	Tanggapan Responden terhadap Kemasan	147
4.18	Tanggapan Responden terhadap Pelabelan	150
4.19	Tanggapan Responden terhadap Garansi	152
4.20	Rekapitulasi Skor Variabel Inovasi Produk	154
4.21	Tanggapan Responden terhadap Saluran Distribusi	159
4.22	Tanggapan Responden terhadap Fungsi Distribusi	161
4.23	Rekapitulasi Skor Variabel Distribusi	163
4.24	Tanggapan Responden terhadap Pilihan Produk	167

4.25	Tanggapan Responden terhadap Pilihan Merek	169
4.26	Tanggapan Responden terhadap Pilihan Penyalur	170
4.27	Tanggapan Responden terhadap Waktu Pembayaran	172

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
4.28	Tanggapan Responden terhadap Metode Pembayaran	173
4.29	Rekapitulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian	175
4.30	One Sampel Kolmoorov-Simirnov Test	180
4.31	Uji Kolerasi Sperman's Rho	182
4.32	Model Summary	183
4.33	Uji Linearitas	184
4.34	Koefisien Regresi	186
4.35	Output Anova	187
4.36	Output Koefisien Regresi	188
4.37	Model Summary Inovasi Produk	191
4.38	Model Sumarry Distribusi	193

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1	Saluran Pemasaran Konsumen	38
2.2	Sistem Distribusi Inovasi PT Maicin Inti Sinergi.....	41
2.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	45
2.4	Model Lima Tahapan Proses Pembelian Konsumen.....	50
2.5	Langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	52
2.6	Model Perilaku Konsumen	53
2.7	Kerangka Pemikiran	64
2.8	Paradigma Penelitian	65
4.1	Logo Perusahaan.....	110
4.2	Struktur Organisasi PT Maicih Inti Sinergi.....	111
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	119
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	121
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	122
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	124
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	126
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Konsumsi..	128
4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Ukuran.....	129
4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Level Kepedasan.....	131
4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Membeli.....	133
4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Follower Twitter dan Facebook.....	134
4.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	136
4.14	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek	139
4.15	Karakteristik Responden Berdasarkan Kualitas Keripik Maicih dibandingkan keripik lain.....	141

4.16	Hasil Kontinum Inovasi Produk.....	158
------	------------------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
4.17	Hasil Kontinum Distribusi.....	165
4.18	Hasil Kontinum Keputusan Pembelian.....	177
4.19	Output Kurva Normal Probability-Plot.....	179
4.20	Output Scatterplot.....	181

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Pra Penelitian
Lampiran 2 dan 3	Kuesioner
Lampiran 4	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil Regresi Berganda
Lampiran 6	Uji Normalitas
Lampiran 7	Uji Linearitas
Lampiran 8	Tabel Dubrin Watson
Lampiran 9	Distribusi T
Lampiran 10	Nilai R_{tabel}
Lampiran 11	F_{tabel} dan T_{tabel}
Lampiran 12	Rekapitulasi Bimbingan
Lampiran 13	Daftar Riwayat Hidup

