

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Kegunaan Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	20
2.1 Kajian Pustaka	20
2.1.1 Konsep Strategi Inovasi Produk.....	20
2.1.1.1 Strategi Inovasi Produk dalam Perencanaan Produk.....	20
2.1.1.2 Definisi Strategi Inovasi Produk.....	27
2.1.1.3 Dimensi Strategi Inovasi Produk.....	31
2.1.2 Konsep Minat Pembelian Ulang	34
2.1.2.1 Definisi Minat Pembelian Ulang.....	34
2.1.2.2 Dimensi Minat Pembelian Ulang	41
2.1.3 Pengaruh Strategi Inovasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang	43
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	45
2.2 Kerangka Pemikiran	48
2.3 Hipotesis	54
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	55
3.1 Objek Penelitian	55
3.2 Metode Penelitian.....	56
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	56
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	58
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	63
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i>	66
3.2.4.1 Populasi.....	66
3.2.4.2 Sampel	67
3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	71

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	73
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	74
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	75
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	79
3.2.7 Teknik Analisis Data.....	81
3.2.7.1 Analisis Deskriptif.....	83
3.2.7.2 Analisis Verifikatif menggunakan <i>Path Analysis</i>	85
3.2.8 Pengujian Hipotesis.....	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	94
4.1 Profil Perusahaan dan Pengguna <i>Lipstick</i> Revlon.....	94
4.1.1 Profil Perusahaan Revlon.....	94
4.1.1.1 Visi, Misi Perusahaan	96
4.1.1.2 Identitas Perusahaan	97
4.1.1.3 Produk <i>Lipstick</i> Revlon.....	97
4.1.1.4 Strategi Inovasi Produk <i>Lipstick</i> Revlon.....	98
4.1.2 Profil Pengguna <i>Lipstick</i> Revlon	100
4.1.2.1 Profil Berdasarkan Lama Menggunakan Produk <i>lipstick</i> Revlon	100
4.1.2.2 Pendidikan dan Pekerjaan Dikaitkan dengan Lama Menggunakan	102
4.1.2.3 Pekerjaan dan Uang Saku Dikaitkan dengan Lama Menggunakan	104
4.1.2.4 Pekerjaan dan Penghasilan Dikaitkan dengan Lama Menggunakan	106
4.1.2.5 Nominal Pengeluaran Belanja Alat Kosmetik dan Uang Saku Dikaitkan dengan Lama Menggunakan.....	108
4.1.2.6 Nominal Pengeluaran Belanja Alat Kosmetik dan Penghasilan Dikaitkan dengan Lama Menggunakan.....	110
4.1.2.7 Alasan Pengguna <i>Lipstick</i> Memilih Merek <i>Lipstick</i> Revlon	112
4.2Tanggapan Pengguna <i>Lipstick</i> terhadap Pelaksanaan Strategi Inovasi Produk dan Dimensi-dimensi Strategi Inovasi Produk	115
4.2.1Dimensi <i>Relative Advantage</i> dalam Strategi Inovasi Produk <i>Lipstick</i> Revlon.....	117
4.2.2Dimensi <i>Compatibility</i> dalam Strategi Inovasi Produk <i>Lipstick</i> Revlon.....	120
4.2.3Dimensi <i>Complexity</i> dalam Strategi Inovasi Produk <i>Lipstick</i> Revlon.....	122

4.2.4 Dimensi <i>Divisibility</i> dalam Strategi Inovasi Produk <i>Lipstick</i> Revlon.....	124
4.2.5 Dimensi <i>Communicability</i> dalam Strategi Inovasi Produk <i>Lipstick</i> Revlon.....	125
4.2.6 Rekapitulasi Dimensi Strategi Inovasi Produk <i>Lipstick</i> Revlon.....	127
4.3 Tanggapan Pengguna <i>Lipstick</i> atas Minat Pembelian Ulang	130
4.3.1 Dimensi Minat Transaksional dalam Minat Pembelian Ulang	131
4.3.2 Dimensi Niat Referensial dalam Minat Pembelian Ulang	133
4.3.3 Dimensi Niat Preferensial dalam Minat Pembelian Ulang	135
4.3.4 Dimensi Niat Eksploratif dalam Minat Pembelian Ulang.....	137
4.3.5 Rekapitulasi Dimensi Minat Pembelian Ulang.....	138
4.4 Pengaruh Strategi Inovasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen <i>Lipstick</i> Revlon Baik Secara Simultan Maupun Parsial	139
4.4.1 Pengaruh Strategi Inovasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Secara Simultan	143
4.4.2 Pengaruh Strategi Inovasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Secara Parsial.....	140
4.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	146
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis.....	146
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris.....	147
4.6 Implikasi Hasil Penelitian Inovasi Produk di Lingkungan Universitas	150
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	155
5.1 Kesimpulan.....	155
5.2 Rekomendasi.....	156
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN	