**DAFTAR ISI**

[PENGESAHAN ii](#_Toc16759577)

[ABSTRAK iii](#_Toc16759578)

[ABSTRACT iv](#_Toc16759579)

[KATA PENGANTAR v](#_Toc16759580)

[DAFTAR ISI vii](#_Toc16759581)

[DAFTAR TABEL xi](#_Toc16759582)

[DAFTAR GAMBAR xiii](#_Toc16759583)

[BAB 1 1](#_Toc16759584)

[PENDAHULUAN 1](#_Toc16759585)

[A. LATAR BELAKANG MASALAH 1](#_Toc16759586)

[B. Identifikasi Masalah 4](#_Toc16759587)

[C. Batasan Masalah 5](#_Toc16759588)

[D. Batasan Penelitian 5](#_Toc16759589)

[E. Rumusan Masalah 5](#_Toc16759590)

[F. Tujuan Penelitian 5](#_Toc16759591)

[G. Manfaat Penelitian 6](#_Toc16759592)

[BAB II 7](#_Toc16759593)

[KAJIAN PUSTAKA 7](#_Toc16759594)

[A. Landasan Teoritis 7](#_Toc16759595)

[1. Produk (*Product*) 7](#_Toc16759596)

[2. Citra Merek 11](#_Toc16759597)

[3. Keputusan Pembelian 13](#_Toc16759598)

[B. Penelitian Terdahulu 17](#_Toc16759599)

[C. Kerangka Pemikiran 20](#_Toc16759600)

[1. Hubungan Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian 20](#_Toc16759601)

[2. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian 20](#_Toc16759602)

[D. Hipotesis Penelitian 20](#_Toc16759603)

[BAB III 21](#_Toc16759604)

[METODE PENELITIAN 21](#_Toc16759605)

[A. Objek Penelitian 21](#_Toc16759606)

[B. Desain Penelitian 21](#_Toc16759607)

[1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset 21](#_Toc16759608)

[2. Metode Pengumpulan Data 21](#_Toc16759609)

[3. Pengendalian Variabel-variabel oleh Peneliti 22](#_Toc16759610)

[4. Tujuan Penelitian 22](#_Toc16759611)

[5. Dimensi Waktu 22](#_Toc16759612)

[6. Ruang Lingkup Topik Bahasan 22](#_Toc16759613)

[7. Lingkungan Riset 22](#_Toc16759614)

[8. Persepsi Peserta 22](#_Toc16759615)

[C. Variabel Penelitian 23](#_Toc16759616)

[D. Teknik Pengambilan Sampel 25](#_Toc16759617)

[E. Teknik Pengumpulan Data 25](#_Toc16759618)

[F. Teknik Analisis Data 25](#_Toc16759619)

[1. Uji Validitas 26](#_Toc16759620)

[2. Uji Reliabilitas 26](#_Toc16759621)

[3. Analisis Deskriptif 26](#_Toc16759622)

[4. Analisis Regresi Linear Berganda 28](#_Toc16759623)

[BAB IV 34](#_Toc16759624)

[ANALISIS DAN PEMBAHASAN 34](#_Toc16759625)

[A. Gambaran Objek Umum Penelitian 34](#_Toc16759626)

[B. Profil Responden 35](#_Toc16759627)

[1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 35](#_Toc16759628)

[2. Profil Responden Berdasarkan Usia 36](#_Toc16759629)

[3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 36](#_Toc16759630)

[4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 37](#_Toc16759631)

[C. Uji Validitas dan Reliabilitas 38](#_Toc16759632)

[1. Uji Validitas 38](#_Toc16759633)

[2. Uji Reliabilitas 40](#_Toc16759634)

[D. Analisis Deskriptif 40](#_Toc16759635)

[1. Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk 40](#_Toc16759636)

[2. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek 42](#_Toc16759637)

[3. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 43](#_Toc16759638)

[E. Analisis Persamaan Regresi 44](#_Toc16759639)

[F. Uji Asumsi Klasik 45](#_Toc16759640)

[1. Uji Normalitas 45](#_Toc16759641)

[2. Uji Heterokedastisitas 45](#_Toc16759642)

[3. Uji Autokorelasi 46](#_Toc16759643)

[4. Uji Multikolinearitas 46](#_Toc16759644)

[G. Analisis Regresi Linier Berganda 47](#_Toc16759645)

[1. Uji Keberartian Model (Uji F) 47](#_Toc16759646)

[2. Uji Koefisien Regresi (Uji t) 47](#_Toc16759647)

[3. Analisis Koefisien Determininasi (R2) 47](#_Toc16759648)

[H. Hasil Penelitian 48](#_Toc16759649)

[I. Pembahasan 50](#_Toc16759650)

[BAB V 52](#_Toc16759651)

[KESIMPULAN DAN SARAN 52](#_Toc16759652)

[A. Kesimpulan 52](#_Toc16759653)

[B. Saran 52](#_Toc16759654)

[DAFTAR PUSTAKA 54](#_Toc16759655)

[LAMPIRAN 56](#_Toc16759656)