

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	13
1. Teori Dalam Minat Beli.....	13
2. Inovasi Produk.....	14
3. Citra Merek.....	17
4. Harga.....	23
5. Minat Beli .....	27
B. Penelitian Terdahulu .....	32
C. Kerangka Berfikir .....	36
D. Hipotesis.....	37
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	40
B. Setting Penelitian .....	40
C. Populasi dan Sampel .....	41
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	42
E. Sumber Data .....	46
F. Teknik Pengumpulan Data .....	46
G. Teknik Analisis Data .....	47

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	54
1. Gambaran Obyek Penelitian .....	54
a. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
b. Struktur Organisasi.....	55
c. Produk Roti Rohmah .....	55
d. Gambaran Responden .....	56
e. Deskripsi Angket.....	58
2. Analisis Data.....	65
a. Uji Validitas .....	65
b. Uji Reliabilitas .....	68
c. Uji Asumsi Klasik.....	69
d. Uji Statistik .....	73
B. Pembahasan .....	78
1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli .....	78
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	79
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli....	80
4. Pengaruh Inovasi Produk, Citra merek dan Harga Terhadap Minat Beli .....	81
<b>BAB V : KESIMPULAN</b>	
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran.....	83

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN- LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Data Penjualan Roti Rohmah .....	8
Tabel 2.1 Model AIDA .....	29
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	43
Tabel 3.2 Pengambilan Keputusan Autokorelasi .....	50
Tabel 4.1 Struktur Organisasi .....	55
Tabel 4.2 Produk Roti Rohmah .....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Inovasi Produk .....	58
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Harga .....	62
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Minat Beli .....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk .....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas .....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Durbin Watson.....	72
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	74
Tabel 4.17 Hasil Uji t Parsial .....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	78

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Roti Di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram P-P Plot.....	70
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73

