

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAM PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRACT | viii |
| RINGKASAN | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 LatarIBelakang | 1 |
| 1.2A Rumusan Masalahi | 3 |
| 1.3 TujuanIPenelitian | 4 |
| 1.4 ManfaatIPenelitian | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu | 6 |
| 2.2 Landasan Teori | 13 |
| 2.2.1 Strategi pemasaran | 13 |
| 2.2.2 Konsep Pemasaran | 14 |
| 2.2.3 Inovasi Produk | 15 |
| 2.2.5 Harga | 18 |
| 2.2.6 Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.2.7 Hubungan antara pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian | 23 |
| 2.2.8 Hubungan <i>antara pengaruh digital marketing</i> terhadap keputusan pembelian | 23 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.9 Hubungan antara pengaruh harga terhadap keputusan pembelian..... | 24 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 25 |
| 2.4 Hipotesis | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 27 |
| 3.1 Waktu dan lokasi penelitian | 27 |
| 3.2 Jenis Penelitian | 27 |
| 3.3 Teknik Penarikan Sempel..... | 27 |
| 3.3.1 Populasi..... | 27 |
| 3.3.2 Sampel | 28 |
| 3.3.3 Teknik Sampling..... | 28 |
| 3.4 Metode pengumpulan Data..... | 29 |
| 3.4.1 Sumber Data | 29 |
| 3.4.2 Teknik pengumpulan data..... | 29 |
| 3.5 Operasional Variabel | 30 |
| 3.5.1 Variabel Bebas / Eksogen (X) | 31 |
| 3.5.2 Variabel Terikat / Endogen (Y) | 33 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 35 |
| 3.6.1 Partial Least Square (PLS)..... | 35 |
| 3.6.2 Model pengukuran (<i>outer model</i>) | 36 |
| 3.6.3 Model struktural (<i>Inner model</i>) | 38 |
| 3.6.4 Menentukan keputusan Hipotesis | 39 |
| BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN..... | 41 |
| 4.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 41 |
| 4.2 Visi dan Misi Perusahaan | 41 |
| 4.3 Sasaran dan Tujuan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) | 42 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 43 |
| 5.1 Karakteristik Responden | 43 |
| 5.2 Deskripsi Jawaban Responden | 44 |
| 5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Inovasi Produk..... | 44 |

| | |
|--|----|
| 5.2.2 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Digital Marketing</i> (X2)..... | 45 |
| 5.2.3 Tanggapan Responden Pada Variabel Harga (X3) | 46 |
| 5.2.4 Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 46 |
| 5.3 Analisa dan Interpretasi Data | 47 |
| 5.3.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran) | 47 |
| 5.3.2 <i>Inner Model</i> (Model <i>Structural</i>) | 52 |
| 5.6 Pembahasan | 55 |
| 5.6.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 55 |
| 5.6.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 56 |
| 5.6.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 57 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 59 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 59 |
| 6.1.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 59 |
| 6.1.2 Model <i>Structural</i> (<i>Inner Model</i>) | 59 |
| 6.1.3 Uji Hipotesis | 59 |
| 6.2 Saran..... | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu | 8 |
| Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> | 30 |
| Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel | 34 |
| Tabel 3.4 Jadwal Penelitian..... | 41 |
| Tabel 5.1 karakteristik responden berdasarkan usia | 43 |
| Tabel 5.2 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan | 43 |
| Tabel 5.3 karakteristik responden berdsarkan jenis kelamin | 44 |
| Tabel 5.4 tanggapan responden variabel inovasi produk (X1) | 44 |
| Tabel 5.5 tanggapan responden variabel <i>digital marketing</i> (X2)..... | 45 |
| Tabel 5.6 tanggapan responden variabel harga (X3) | 46 |
| Tabel 5.7 tanggapan responden variabel inovasi produk (Y) | 46 |
| Tabel 5.8 <i>Uji Convergent Validity</i> | 47 |
| Tabel 5.9 <i>Cross Loading</i> | 49 |
| Tabel 5.10 Nilai <i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbact's Alpha</i> | 51 |
| Tabel 5.11 Uji <i>R Square</i> | 53 |
| Tabel 5.12 <i>Path Coeficien</i> | 53 |
| Tabel 5.13 hasil uji hipotesis..... | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berfikir..... | 25 |
| Gambar 3.1 Analisis Jalur..... | 38 |
| Gambar 5.1 <i>Inner model</i> | 52 |