

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Tujuan Penelitian .....	8
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2    Manfaat Praktis .....	9
1.5    Tinjauan Pustaka .....	9
1.5.1    Landasan Teori.....	9
1.5.2    Landasan Empirik .....	39
1.6    Hubungan Antar Variabel.....	57
1.6.1    Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Kepercayaan (Z) .....	57
1.6.2    Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepercayaan (Z).....	58
1.6.3    Pengaruh Kepercayaan (Z) terhadap Minat Beli (Y) .....	59
1.6.4    Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y) .....	60
1.6.5    Pengaruh Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	61
1.7    Kerangka Pemikiran.....	62
1.8    Hipotesis .....	63
1.9    Definisi Konsep.....	66

1.10	Definisi Operasional .....	67
1.11	Metode Penelitian .....	72
1.11.1	Tipe Penelitian .....	72
1.11.2	Obyek Penelitian.....	73
1.11.3	Populasi dan Sampel .....	73
1.11.4	Jenis Data .....	75
1.11.5	Teknik Pengumpulan Data .....	75
1.11.6	Skala Pengukuran.....	76
1.11.7	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	76
1.11.8	Teknik Analisis Data .....	78
<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>82</b>
2.1	Profil dan Sejarah Perusahaan.....	82
2.2	Macam-Macam Produk Lemonilo .....	82
2.3	Keunggulan Mi Instan Lemonilo .....	83
2.4	Varian Produk Mi Instan Lemonilo.....	83
<b>BAB III</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>84</b>
3.1	Uji Instrumen .....	85
3.1.1	Uji Validitas.....	85
3.1.2	Uji Reliabilitas .....	88
3.2	Karakteristik Responden .....	89
3.2.1	Usia Responden.....	89
3.2.2	Jenis Kelamin.....	90
3.3	Teknik Analisis Data .....	91
3.3.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	91
3.3.2	Analisis Statistik Inferensial .....	116
3.3.3	Uji Hipotesis .....	125
3.4	Pembahasan.....	129
3.4.1	Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Kepercayaan (Z) .....	129
3.4.2	Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepercayaan (Z).....	131
3.4.3	Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y) .....	132

3.4.4	Pengaruh Harga (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	133
3.4.5	Pengaruh Kepercayaan (Z) terhadap Minat Beli (Y) .....	135
3.4.6	Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y) melalui Kepercayaan (Z).....	136
3.4.7	Pengaruh Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y) melalui Kepercayaan (Z).....	137
BAB IV_PENUTUP .....		139
4.1	Kesimpulan .....	139
4.2	Saran .....	140
DAFTAR PUSTAKA .....		142
LAMPIRAN.....		145