

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
1.5. Tinjauan Teori.....	10
1.5.1. Perilaku Konsumen.....	10
1.5.2. Keputusan Pembelian .....	13
1.5.2.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	13
1.5.2.2. Tahapan Keputusan Pembelian.....	14
1.5.2.3. Tingkahlaku Pembelian Konsumen .....	17
1.5.2.4. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	20
1.5.3. Inovasi Produk.....	24
1.5.3.1. Jenis dan Kategori Inovasi.....	24
1.5.3.2. Definisi Inovasi Produk.....	26
1.5.3.3. Karakteristik Keberhasilan Produk Baru.....	28
1.5.3.4. Proses Penerimaan Produk Baru oleh Konsumen.....	29
1.5.3.5. Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Produk Baru.....	31
1.5.4. Harga.....	34
1.5.4.1. Definisi Harga.....	34
1.5.4.2. Persepsi Konsumen Terhadap Harga.....	35

1.5.4.3. Peran Harga Secara Makro dan Mikro.....	37
1.5.4.4. Peranan Harga Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	38
1.6. Tinjauan Empiris.....	40
1.7. Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	44
1.7.1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
1.7.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
1.8. Kerangka Pemikiran.....	47
1.9. Hipotesis Penelitian.....	48
1.10. Definisi Konsep.....	49
1.11. Definisi Operasional.....	49
1.12. Metode Penelitian.....	51
1.12.1. Tipe Penelitian.....	51
1.12.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	52
1.12.3. Lokasi Penelitian.....	52
1.12.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
1.12.5. Skala Pengukuran.....	53
1.12.6. Populasi dan Sampel.....	54
1.12.7. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	55
1.12.8. Analisis Data.....	57
1.12.8.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	57
1.12.8.2. Analisis Inferensial .....	57
1.12.8.2.1. Uji Asumsi Klasik.....	57
1.12.8.2.2. Uji Regresi Linier Berganda.....	59
1.12.8.2.3. Uji Hipotesis.....	60
1.12.8.2.4. Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ).....	62
<b>BAB II GAMBARAN UMUM BATIK DEWI KUNTHI.....</b>	<b>63</b>
2.1. Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	63
2.2. Lokasi Batik Dewi Kunthi.....	65
2.3. Struktur Organisasi Batik Dewi Kunthi.....	65
2.4. Produksi Batik Dewi Kunthi.....	66
2.5. Produk Batik Dewi Kunthi. ....	73
2.6. Penjualan Produk.....	74

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
3.1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	75
3.1.1. Hasil Uji Validitas.....	75
3.1.2. Hasil Uji Reabilitas.....	76
3.2. Karakteristik Responden.....	79
3.3. Deskriptif variable penelitian.....	81
3.3.1. Deskriptif variable inovasi produk.....	83
3.3.2. Deskriptif variable harga.....	93
3.3.3. Deskriptif variable keputusan pembelian. ....	100
3.4. Uji Asumsi Klasik.....	105
3.4.1. Hasil Uji Normalitas.....	105
3.4.2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	106
3.4.3. Hasil Uji Heterokendastisitas.....	107
3.5. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	109
3.6. Pengujian hipotesis.....	110
3.6.1. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	110
3.6.2. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	111
3.7. Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	112
3.8. Pembahasan.....	113
3.8.1. Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi secara simultan.....	113
3.8.2. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi.....	115
3.8.3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Batik Dewi Kunthi..	117
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
4.1. Kesimpulan.....	120
4.2. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

1.1.	Banyaknya Perusahaan Industri Kecil dan Industri Besar - Menengah per Kecamatan di Kabupaten Sleman.....	2
1.2.	Data penjualan bulan Januari s/d Desember 2014-2015 pada Batik Dewi Kunthi	5
1.3.	Data harga produksi kain Batik Dewi Kunthi.....	7
1.4.	Hasil penelitian-penelitian terdahulu.....	43
3.1.	Hasil uji validitas inovasi produk.....	76
3.2.	Hasil uji validitas harga .....	76
3.3.	Hasil uji validitas keputusan pembelian .....	77
3.4.	Hasil uji reliabilitas variable .....	78
3.5.	Pengumpulan data kuesioner.....	79
3.6.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	79
3.7.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	80
3.8.	Karakteristik responden berdasarkan motif batik yang dibeli.....	81
3.9.	Pendapat responden mengenai produk batik Dewi Kunthi memiliki ciri khas dan keberagaman pada motifnya.....	83
3.10.	Ciri khas motif batik Dewi Kunthi memiliki perbedaan dengan produk lain....	84
3.11.	Desain produk/motif dan motif kombinasi dapat dipesan sesuai keinginan konsumen.....	85
3.12.	Warna desain motif batik yang diciptakan Dewi Kunthi tidak mudah luntur... ..	86
3.13.	Kain motif batik Dewi Kunthi sangat halus dan lembut.....	87
3.14.	Batik Dewi Kunthi memiliki keunggulan pada inovasi motif maupun warna yang dihasilkan dibandingkan dengan batik lain.....	88
3.15.	Keunggulan inovasi motif maupun warna yang dihasilkan Dewi Kunthi dapat menarik perhatian konsum.....	89
3.16.	Inovasi produk/motif yang dihasilkan Dewi Kunthi memberikan manfaat menambah kepercayaan diri... ..	90
3.17.	Ringkasan hasil penelitian variable inovasi produk.....	92
3.18.	Harga produk batik yang ditetapkan Dewi Kunthi masih dapat terjangkau oleh konsumen... ..	93
3.19.	Potongan harga/diskon yang diberikan Dewi Kunthi menarik perhatian konsumen.....	94
3.20.	Tingkat harga produk yang ditetapkan Dewi Kunthi telah sesuai dengan	

keinginan konsumen.....	95
3.21. Tingkat harga produk yang ditetapkan oleh Dewi Kunthi sesuai dengan kualitas produknya.....	96
3.22. Cara pembayaran yang ditetapkan batik Dewi Kunthi mudah/fleksibel.....	97
3.23. Harga yang ditawarkan poduk batik Dewi Kunthi lebih ekonomis dibandingkan produk batik lainnya.....	98
3.24. Ringkasan hasil penelitian variable harga.....	99
3.25. Tanggapan responden mengenai keputusan membeli produk Batik Dewi Kunthi dan memprioritaskan / mengutamakan sebagai tempat membeli produk batik.....	100
3.26. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian produk batik Dewi Kunthi dan tidak ingin mencoba ditempat lain.....	101
3.27. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian produk batik Dewi Kunthi dan akan merekomendasikan/menyarankan kepada orang lain.....	102
3.28. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian produk batik Dewi Kunthi dan akan kembali lagi untuk membeli produk batik.....	103
3.29. Ringkasan hasil penelitian variable keputusan pembelian.....	104
3.30. Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirno.....	105
3.31. Hasil Uji Multikolinieritas.....	106
3.32. Hasil Analisis regresi berganda.....	109
3.33. Hasil uji hipotesis simultan (Uji F).....	110
3.34. Hasil uji hipotesis parsial (Uji t).....	111
3.35. Hasil uji Koefisien determinan ( $R^2$ ).....	112

## DAFTAR GAMBAR

1.1.	Tahapan terjadinya keputusan pembelian konsumen... ..	14
1.2.	Langkah-langkah antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian.....	16
1.3.	Faktor yang mempengaruhi proses terbentuknya tahapan keputusan pembelian dalam proses keputusan pembelian.....	21
1.4.	Bauran pemasaran.....	23
1.5.	Tahapan Penggunaan Produk Baru oleh Konsumen.....	30
1.6.	Harga dari sudut pandang produsen dan konsumen.....	35
1.7.	Kerangka Pemikiran.....	47
1.8.	Kerangka Hipotesis.....	48
2.1.	Struktur Organisasi Batik Dewi Kunthi.....	66
2.2.	Tahap proses produksi Batik Dewi Kunthi.....	72
2.3.	Produk Batik Dewi kunthi.....	73
3.1.	grafik Normal P-P Plot.. ..	106
3.2.	Grafik scatterplot.....	108