

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah	11
H. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II KAJIAN TEORI.....	16
A. Inovasi Produk	16
B. Harga Jual	25
C. Periklanan	32
D. Brand Equity	38
E. Volume Pembelian	44
F. Penelitian Terdahulu.....	51
G. Kerangka Konseptual	56
H. Hipotesis	57
BAB III METODE PENELITIAN	58

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	58
B.	Populasi, Sampling dan Sampel.....	59
C.	Sumber Data, Variabel Penelitian dan Skala Pengukurannya	61
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	63
E.	Metode Analisis Data	68
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	74
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	74
B.	Deskripsi Responden	74
C.	Deskripsi Data.....	76
D.	Hasil Pengujian dan Analisis Data	94
BAB V	PEMBAHASAN	107
A.	Pengaruh inovasi produk terhadap volume pembelian pada Annisa Collection.....	107
B.	Pengaruh harga jual terhadap volume pembelian pada Annisa Collection.....	109
C.	Pengaruh periklanan terhadap volume pembelian Annisa Collection.....	111
D.	Pengaruh brand equity terhadap volume pembelian pada Annisa Collection.....	113
E.	Pengaruh inovasi produk, harga jual, periklanan, dan brand equity secara simultan terhadap volume pembelian pada Annisa Collection.....	114
BAB VI	PENUTUP	117
A.	Kesimpulan	117
B.	Saran	118
DAFTAR	PUSTAKA	120
LAMPIRAN	124