

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji	iv
Motto.....	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	9
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Penulisan Skripsi	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	14
1. Perilaku Konsumen	14
2. Keputusan Pembelian.....	16

3.	Inovasi Produk	19
4.	Persepsi Harga.....	22
5.	Media Sosial.....	24
B.	Penelitian Terdahulu	26
C.	Kerangka Konseptual.....	31
D.	Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	34
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya	36
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	38
E.	Teknik Analisis Data.....	41
F.	Alat Pengujian Statistik.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

A.	Deskripsi Objek Penelitian	49
B.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
C.	Hasil Analisis Data	55
1.	Uji Validitas	55
2.	Uji Reabilitas.....	56
3.	Uji Multikolinieritas.....	58
4.	Uji Regresi Linier Berganda	59
5.	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	61
6.	Uji F Hipotesis (Simultan)	62
7.	Uji T Hipotesis (Parsial).....	63
8.	Uji Asumsi Klasik	64

BAB V PEMBAHASAN

- A. Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Samchick Sambu 69
- B. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Samchick Sambu 71
- C. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Samchick Sambu 73
- D. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Samchick Sambu 75

BAB VI PENUTUP

- A. Kesimpulan 78
- B. Saran 79

DAFTAR PUSTAKA 81