

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil singkat Cafe Mie Merapi	1
1.1.2 Produk Cafe Mie Merapi	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Aspek Akademis	11
1.5.2 Aspek Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Produk	14
2.1.3 Teori Jasa	14
2.1.4 Diferensiasi Produk	15
2.1.4.1 Dimensi Diferensiasi Produk	15
2.1.5 Inovasi Produk	17
2.1.6 Dimensi Inovasi Produk	19
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian	20

2.1.8 Keputusan Pembelian	23
2.2 Kerangka Pemikiran	24
2.2.1 Lingkup Penelitian	26
2.2.2 Penelitian Terdahulu	26
BAB III Metode Penelitian	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Variabel Operasional	31
3.1.1 Skala Operasional	35
3.3 Tahapan Penelitian	36
3.4 Populasi Sampel	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel	39
3.4.3 Teknik Sampling	40
3.5 Pengumpulan Data	41
3.5.1 Sumber Data	41
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	41
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1 Uji Validitas	42
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.7.1 Analisis Deskriptif	45
BAB VI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil penelitian	47
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	51
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengalaman atau Frekuensi Berkunjung	52

4.1.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Pada Saat Berkunjung diCafé Mie Merapi	53
4.1.8 Deskripsi Responden Berdasarkan sumber Informasi	54
4.2 Pembahasan hasil penelitian	55
4.2.1 Pengujian Validitas	56
4.2.2 Pengujian Reliabilitas	61
4.2.3 Analisis Deskripsi Variabel Diferensiasi Produk	63
4.2.4 Analisis Deskripsi Variabel Inovasi Produk	65
4.2.5 Analisis Deskripsi Variabel Proses Keputusan Pembelian	67
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Diferensiasi Produk Café Mie Merapi Bandung.....	70
4.3.2 Inovasi Produk Café Mie Merapi Bandung	71
4.3.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen Café Mie Merapi	72
BAB V Kesimpulan dan Saran	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
5.2.1 Bagi Perusahaan	74
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	77
Daftar Pustaka.....	78
Lampiran.....	79

