**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI ii**

**DAFTAR TABEL iii**

**DAFTAR GAMBAR iv**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Identifikasi Masalah 6

1.3. Batasan Masalah 6

1.4. Rumusan Masalah 6

1.5. Tujuan Penelitian 7

1.6. Manfaat Penelitian 8

1.7 Hipotesis 8

**BAB II TINJAUAN TEORITIS 10**

2.1. Promosi 10

2.1.1. Pengertian Promosi 10

2.1.2. Tujuan Promosi 11

2.1.3. Sifat-Sifat Promosi 13

2.1.4. Alat-Alat Promosi 13

2.1.5. Indikator Promosi 15

2.2 Harga 16

2.2.1. Pengertian Harga 16

2.2.2.Peran dan Fungsi Harga 17

2.2.3.Strategi Penetapan Harga 18

2.2.4.Indikator Harga 26

2.3. Inovasi Produk 27

2.3.1. Pengertian Inovasi Produk 25

2.3.2. Karakteristik Inovasi Produk 28

2.3.3. Tipe Inovasi Produk 29

2.3.4. Elemen-Elemen Inovasi Produk 31

2.3.5. Indikator Inovasi Produk 32

2.4. Keputusan Pembelian 32

2.4.1.Pengertian Keputusan Pembelian 32

2.4.2.Proses Keputusan Pembelian 33

2.4.3.Peran Dalam Proses Keputusan Pembelian 34

2.4.4.Indikator Keputusan Pembelian 35

2.5. Penelitian Terdahulu 35

2.6. Kerangka Konseptual 39

**BAB III METODE PENELITIAN 42**

3.1. Desain Penelitian 42

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian 42

3.2.1. Lokasi Penelitian 42

3.2.2. Waktu Penelitian 42

3.3. Populasi dan Sampel 43

3.3.1. Populasi 43

3.3.2. Sampel 43

3.4. Variabel Penelitian 44

3.5. Teknik Pengumpulan Data 45

3.6. Instrumen Penelitian 46

3.6.1. Uji Validitas 46

3.6.2. Uji Reabilitas 48

3.7. Uji Asumsi Klasik 49

3.7.1. Uji Normalitas 49

3.7.2. Uji Heteroskedastisitas 49

3.7.3. Uji Multikolinieritas 49

3.8. Teknik Analisis Data 50

3.8.1.Analisis Regresi Linear Berganda 51

3.8.2.Uji Parsial (Uji t) 51

3.8.3.Uji Simultan (Uji f) 52

3.8.4.Uji Determinasi (R2) 52

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 54**

4.1 Hasil Penelitian 54

4.1.1 Gambaran Umum PT. Kedaung Medan Industrial Tanjung Morawa 54

4.1.2 Visi Dan Misi PT. Kedaung Medan Industrial Tanjung Morawa 56

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Kedaung Medan Industrial Tanjung Morawa 56

4.1.4 Tugas Dan Tanggung Jawab 59

4.1.5 Deskripsi Hasil Penelitian 65

4.1.6 Karakteristik Responden 66

4.1.7 Hasil Jawaban Responden 67

4.1.8 Uji Instrumen Penelitian 90

4.1.9 Uji Asumsi Klasik 96

4.1.10 Hasil Analisis Regresi Sederhana 98

4.1.11 Hasil Uji Parsial (Uji T) 100

4.1.12 Hasil Uji Simultan (UJI F) 102

* + 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) 103
  1. Pembahasan 103
     1. Promosi (X1) Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) 103
     2. Harga (X2) Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) 103
     3. Inovasi (X3) Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y)` 104
     4. Pengaruh Promosi (X1), Harga(X2), dan Inovasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 104

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 107**

5.1 Kesimpulan 109

5.2 Saran 109

**DAFTAR PUSTAKA 110**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 37

Tabel 3.1. Waktu Penelitian 44

Tabel 3.2. Jumah Konsumen PT. Kedaung Medan Industrial Tanjung   
Morawa selama bulan Januari sampai Maret 2020 44

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual 43