DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

SURATPERNYATAAN

MOTTO

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR.....xv

DAFTAR LAMPIRAN..... xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....18

1.2.1 Identifikasi Masalah.....18

1.2.2 Rumusan Masalah.....20

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....21

1.3.1Maksud Penelitian.....21

1.3.2Tujuan Penelitian.....21

1.4 KegunaanPenelitian.....21

1.4.1 Kegunaan Praktis.....21

1.4.2 Kegunaan Akademis.....22

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....23

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN,DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 24

2.1.1 Ritel.....24

2.1.1.1 Pengertian Ritel.....24

2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berkunjung ke Ritel... 25

2.1.2 *Private Label* 26

2.1.2.1 Pengertian *Private Label* 26

2.1.2.2 Kategori *Private Label* 20

2.1.2.3 Tujuan *Private Label* 29

2.1.3 Citra Toko 34

2.1.3.1 Pengertian Citra Toko 34

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Membangun Citra Toko 35

2.1.4 Preferensi Belanja 38

2.1.4.1 Pengertian Preferensi Belanja (*Shopping Preference*).....38

2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Belanja Konsumen 39

2.1.4.3 Indikator Preferensi Belanja 40

2.1.5 Penelitian Terdahulu 40

2.2 Kerangka Pemikiran 43

2.2.1Hubungan *Private Label* dengan Preferensi Belanja 44

2.2.2 Hubungan Citra Toko dengan Preferensi Belanja 45

2.2.3 Hubungan Private Label dan Citra Toko Dengan Preferensi Belanja.....45

2.3 Hipotesis 47

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....48

3.2 MetodePenelitian 48

3.2.1 Desain Penelitian.....50

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....52

3.2.3 Sumber danTeknik Penentuan Data 55

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder).....55

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 57

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 59

3.2.4.1 Uji Validitas.....61

3.2.4.2 Uji Realibilitas 65

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 67

3.2.5.1 Rancangan Analisis.....67

3.2.5.1.1 Rancangan Deskriptif (Kualitatif).....68

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....72

3.2.5.2 PengujianHipotesis 80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....84

4.1.1 Sejarah Perusahaan.....84

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....85

4.1.3 Deskripsi Pekerjaan.....85

4.2 Karakteristik Responden.....91
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....92
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....93
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....94
4.2.4Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....94
4.2.5Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....95
4.3 Pembahasan Penelitian.....96
4.3.1 Analisis Deskriptif *Private Label*.....96
4.3.1.1 *Product Quality*.....97
4.3.1.2 *Selling Price*.....100
4.3.1.3 *Presentation*.....104
4.3.1.4 *Promotion*.....108
4.3.1.5 *Package*.....111
4.3.2 Analisis Deskriptif Citra Toko.....116
4.3.2.1 *Reputation*.....116
4.3.2.2 *Recognition*.....119
4.3.2.3 *Affinity*.....121
4.3.2.4 *Brand Loyalty*.....123
4.3.3Analisis Deskriptif Preferensi Belanja.....124
4.3.3.1 *Buy*.....127
4.3.3.2 *Re-Buy*.....131
4.4 Analisis Verifikatif.....135

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 155

5.2 Saran 156

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP