DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR TABEL xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 13
1.2.1 Identifikasi Masalah 13
1.2.2 Rumusan Masalah 13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 14
1.3.1 Maksud Penelitian 14
1.3.2 Tujuan Penelitian 14
1.4 Kegunaan Penelitian 15
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 16
1.5.1 Lokasi Penelitian 16
1.5.2 Waktu Penelitian 16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 18

2.1 Kajian Pustaka 18
2.1.1Citra toko 18
2.1.1.1 Definisi Citra toko 18
2.1.1.2 Komponen-komponen Atribut Pembentukan Citra Toko 19

2.1.1.3 Dimensi Citra toko 21
2.1.2 Citra merek 21
2.1.2.1 Komponen Citra merek 27
2.1.2.2 Faktor-faktor yang Membentuk Citra Merek 28
2.1.3 Niat beli 30
2.1.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Beli 31
2.1.3.2 *Private Label* 32
2.1.4 Penelitian Terdahulu 34

2.2 KerangkaPemikiran 36

2.2.1 KeterkaitanAntarVariabel 37

2.2.1.1 Keterkaitan Antara Citra toko Terhadap Niat beli 37

2.2.1.2 Keterkaitan Antara Citra merek Terhadap Niat beli 37
2.2.1.3 Keterkaitan Antara Citra toko dan Citra merek 38
2.2.1.5 Keterkaitan Antara Citra toko dan Citra merek Terhadap Niat beli 38

2.3 Hipotesis 40

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 41
3.1 Objek Penelitian 41
3.2 Metode Penelitian 42
3.2.1 Desain Penelitian 43
3.2.2 Operasonalisasi Variabel 46
3.2.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data 49
3.2.3.1 Sumber Data 49
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 51
3.2.4.1 Uji Validitas 53
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 56
3.2.4.3 Uji MSI 58
3.2.4.4 Analisis Deskriptif / Kualitatif 59
3.2.4.5Analisis Verifikatif / Kuantitatif 61
3.2.5 Rancangan Analisisdan Uji Hipotesis 63
3.2.5.1 Analisis Deskriptif 63
3.2.5.2 Analisis Kuantitatif 65
3.2.5.3 Analisis Jalur 67
3.2.5.4 Analisis Korelasi 68
3.2.5.5 Analisis Determinasi 70

3.2.5.6 Pengujian Hipotesis.....70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN……...77

4.1 Hasil Penelitian 77
4.1.1 Gambaran Umum Organisasi 77
2.1.1.1 Sejarah Organisasi 77
2.1.1.2 Visi Misi dan Tujuan Organisasi 79
2.1.1.3 Struktur Organisasi 80
4.2 Karakteristik Responden 85
4.3 Analisis Deskriptif.....87
4.3.1 Analisis Deskriptif Citra toko 88
4.3.2 Analisis Deskriptif Citra merek.....93
4.3.3 Analisis Deskriptif Niat beli.....102
4.4 Analisis Verifikatif 107
4.4.1 Analisis Korelasi 109
4.4.1.1 Pengaruh Citra toko Terhadap Niat beli 113
4.4.1.2 Pengaruh Citra merek Terhadap Niat beli 115
4.4.1.3 Hubungan Antara Citra toko dengan Citra merek 116
4.4.1.4 Pengaruh Citra toko dan Citra merek Terhadap Niat beli 120

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN…….…….128

5.1 Kesimpulan……...128
5.1 Saran…….....130

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN – LAMPIRAN LAIN