DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRAK.....iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR.....xii

DAFTAR TABEL xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....12
1.2.1 Identifikasi Masalah 12
1.2.2 Rumusan Masalah 13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 13
1.3.1 Maksud Penelitian 13
1.3.2 Tujuan Penelitian.....14
1.4 Kegunaan Penelitian 14
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....15
1.5.1 Lokasi Penelitian 15
1.5.2 Waktu Penelitian 16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 17

2.1 Kajian Pustaka.....17
2.1.Bauran Ritel 17
2.1.1.1 Definisi Bauran Ritel.....17
2.1.1.2 Unsur-unsurBauran Ritel.....18
2.1.2 Citra merek 21

2.1.2.1 Definisi Citra Merek 21
2.1.2.2 Konsep Citra Merek 23
2.1.2.3 Dimensi Citra Merek 24
2.1.3 Keputusan Pembelian 24
2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian 24
2.1.3.2 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian 27
2.1.4 *Private Label* 32
2.1.4.1 Definisi *Private Label* 32
2.1.5 Penelitian Terdahulu 34

2.2 KerangkaPemikiran 36
2.2.1 KeterkaitanAntarVariabel 37
2.2.1.1 Keterkaitan Antara Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian 37
2.2.1.2 Keterkaitan Antara Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian 38
2.3 Hipotesis 39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 40
3.1 Objek Penelitian 40
3.2 Metode Penelitian 40
3.2.1 Desain Penelitian 42
3.2.2 Operasonalisasi Variabel 44
3.2.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data 47
3.2.3.1 Sumber Data 47
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 48
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 50
3.2.4.1 Uji Validitas 52
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 54
3.2.4.3 Uji MSI 56
3.2.5 Rancangan Analisisdan Uji Hipotesis 57
3.2.5.1 Rancangan Analisis 57
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif 57
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif 59
3.2.5.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda 61
3.2.5.1.4 Analisis Korelasi 62
3.2.5.1.5 Analisis Determinasi 63
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....67
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....67
4.1.1 Sejarah Giant Hypermarket.....67
4.1.2 Visi dan Misi.....69
4.1.3 Struktur Organisasi.....70
4.2 Karakteristik Responden.....72
4.2.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....72
4.2.2 Distribusi Responden Menurut Usia.....73
4.2.3 Distribusi Responden Menurut Pekerjaan.....74
4.3 Analisis Deskriptif.....74
4.3.1 Analisis Deskriptif Bauran Ritel.....75
4.3.2 Analisis Deskriptif Citra Merek.....84
4.3.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....89
4.4 Analisis Verifikatif.....95
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....91
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....97
4.4.3 Analisis Korelasi Parsial.....105
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi.....107
4.4.5 Pengujian Hipotesis.....109
4.4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....109
4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....116
5.1 Kesimpulan.....116
5.2 Saran.....117

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN – LAMPIRAN