

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2. Landasan Teori.....	14
2.1 Konsep Pemasaran.....	14
2.2 Keputusan Pembelian	15
2.3 Perilaku Konsumen.....	20
2.4 <i>Private Label</i>	21
2.5 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan Minat Beli	27
2.6 Hubungan <i>Perceived Quality</i> dengan Minat Beli.....	30
2.7 Hubungan <i>Perceived Value</i> dengan Minat Beli	33

2.8 Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.9 Penelitian Terdahulu.....	36
2.10 Kerangka Pemikiran.....	41
2.11 Hipotesis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.1.1 Variabel Penelitian.....	43
3.1.2 Definisi Operasional.....	44
3.2 Penentuan Populasi.....	46
3.2.1 Populasi dan Populasi Target.....	46
3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3.1 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.4 Metode Analisis Data.....	49
3.4.1 Analisis Data Kualitatif.....	50
3.4.2 Analisis Data Kuantitatif.....	51
3.4.2.1 Uji Validitas.....	51
3.4.2.2 Uji Realibilitas.....	52
3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.4.3.1 Uji Multikolinearitas.....	52
3.4.3.2 Uji Linearitas.....	53
3.4.3.3 Uji Normalitas.....	53
3.4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	54
3.4.5 Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	55
3.4.6 Uji Model (Uji Statistik F).....	55
3.4.7 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t).....	56
3.4.8 Koefisien Determinasi Total.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Responden	58
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan ...	60
4.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja.....	60
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.2.1.1 Uji Validitas	61
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	62
4.2.2 Diskripsi Jawaban Responden.....	62
4.2.2.1 Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i>	64
4.2.2.2 Deskripsi Variabel <i>Perceived Quality</i>	66
4.2.2.3 Deskripsi Variabel <i>Perceived Value</i>	68
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Minat Beli	70
4.2.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	72
4.2.3 Analisis Regresi Linear.....	73
4.2.3.1 Model 1	73
4.2.3.1.1 Uji Asumsi Klasik	73
4.2.3.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
4.2.3.1.3 Pengujian Model	78
4.2.3.1.4 Koefisien Determinasi	78
4.2.3.1.5 Pengujian Hipotesis	79
4.2.3.2 Model 2	81
4.2.3.2.1 Uji Asumsi Klasik	81
4.2.3.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	82

4.2.3.2.3 Koefisien Determinasi	83
4.2.3.2.4 Pengujian Hipotesis	83
4.3 Uji Intervening	84
4.4 Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran untuk Indomaret	90
5.2.2 Saran untuk Penelitian Mendatang	91
5.3 Keterbatasan	91
Daftar Pustaka	93
Lampiran-Lampiran	