

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi.....	iv
Motto dan Persembahan.....	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	9

2.1.1 <i>Customer Value</i>	9
2.1.2 Keunggulan Bersaing	12
2.1.2.1 Strategi Bersaing	15
2.1.3 Keragaman Produk.....	16
2.1.4 Lokasi	18
2.1.5 Persepsi Tentang Harga	20
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	28
2.4 Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.1.1 Variabel Penelitian.....	33
3.1.1.1 Variabel Dependen	33
3.1.1.2 Variabel Independen.....	34
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.2 Populasi dan Penentuan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Jenis Data yang Diperlukan.....	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.5 Metode Analisis Data.....	41
3.5.1 Analisis Deskriptif	41
3.5.2 Analisis Kuantitatif	42

3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.5.3.1 Uji Validitas	42
3.5.3.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	44
3.5.4.1 Uji Normalitas	44
3.5.4.2 Uji Multikolinearitas.....	45
3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.5.5 Uji Regresi Linear Berganda	47
3.6 Koefisien Determinasi.....	48
3.7 Pengujian Hipotesis	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	50
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	51
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal.....	52
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	53
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	55
4.2.2 Analisis Deskriptif	57
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Keragaman Produk	58

4.2.2.2 Deskripsi Variabel Lokasi.....	61
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	64
4.2.2.4 Deskripsi Variabel <i>Customer Value</i>	66
4.2.2.5 Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing	69
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	71
4.2.3.1 Uji Normalitas	72
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas.....	73
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.2.4 Hasil Analisis Linear Berganda	75
4.2.5 Kelayakan Model	76
4.2.5.1 Uji F	76
4.2.5.2 Koefisien Determinasi	78
4.2.6 Pengujian Hipotesis.....	79
4.3 Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	86
5.3 Keterbatasan	87
5.4 Usulan Untuk Penelitian Yang Akan Datang (<i>Future Research</i>).....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	92