

DAFTAR ISI

	<u>Halaman</u>
Abstrak	i
Halaman Judul	v
Halaman Persetujuan	vi
Halaman Pengesahan	vii
Riwayat Hidup	viii
Halaman Persembahan	ix
Moto	x
Pernyataan Tesis Mahasiswa	xi
Sanwacana	xii
Daftar Isi	xv
Daftar Gambar	xviii
Daftar Tabel	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	8
Tujuan Penelitian	10
Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	12
Tinjauan Pustaka	12
Usaha Eceran (<i>Retailing</i>)	12
Citra Toko (<i>Store Image</i>)	14
Harga	16
<i>Private Label Brand</i>	16
Ekuitas Merek	18
Persepsi Kualitas	22
Pengembangan Hipotesis	23
Citra Toko Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada Persepsi Kualitas	23
Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada Persepsi Kualitas	24
Citra Toko Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada Ekuitas Merek	24
Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada Ekuitas Merek	25
Persepsi Kualitas Berpengaruh Positif dan Signifikan pada Ekuitas Merek	26
Citra Toko Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada Ekuitas Merek yang Dimediasi oleh Persepsi Kualitas`	27
Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Pada Ekuitas Merek yang Dimediasi oleh Persepsi Kualitas`	29

Usulan Model Riset	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
Desain Penelitian	31
Populasi dan Sampel	31
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	34
Variabel Penelitian	34
Definisi Operasional Variabel	35
Skala Pengukuran	38
Metode Pengumpulan Data	38
Data Primer	38
Data Sekunder	39
Uji Instrumen Penelitian	39
Uji Validitas	39
Uji Reliabilitas	40
Uji Normalitas	42
Metode Analisis Data	44
Uji Koefisien Determinasi	45
Uji Kelayakan Model (Uji F)	45
Uji Parsial (Uji t)	46
Uji Mediasi (Sobel <i>Test</i> dan <i>Bootstrapping</i>)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
Hasil Uji <i>Pretest</i>	48
Analisis Statistis Deskriptif	48
Karakteristik Responden	48
Jenis Kelamin	49
Usia	50
Pekerjaan	51
Penghasilan per Bulan	52
Analisis Penjelasan Responden Terhadap Variabel Penelitian	53
Penjelasan Terhadap Variabel Citra Toko	53
Penjelasan Terhadap Variabel Harga	55
Penjelasan Terhadap Variabel Persepsi Kualitas	57
Penjelasan Terhadap Variabel Ekuitas Merek	54
Rangkuman Analisis Deskriptif	60
Analisis Data	60
Pemodelan Dan Penggambaran Asumsi Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	60
Analisis Persamaan Substruktural Pertama	61
Analisis Persamaan Substruktural Kedua	65
Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>) Dan Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>) Citra Toko Dan Harga Terhadap Ekuitas Merek Produk <i>Private Label Brand</i> Di Giant Dan Chandra Superstore Bandar Lampung	68
Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	68
Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	69

Uji Sobel dan <i>Bootstrapping</i>	70
Pembahasan Hasil Penelitian	73
Citra Toko Berpengaruh Pada Persepsi Kualitas	74
Harga Berpengaruh Pada Persepsi Kualitas	75
Citra Toko Berpengaruh Terhadap Ekuitas Merek	76
Harga Berpengaruh Terhadap Ekuitas Merek	76
Persepsi Kualitas Berpengaruh Terhadap Ekuitas Merek	77
Citra Toko Berpengaruh Pada Ekuitas Merek Yang Dimediasi Oleh Persepsi Kualitas	78
Harga Berpengaruh Pada Ekuitas Merek Yang Dimediasi Persepsi Kualitas ...	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
Kesimpulan	81
Saran	82
Daftar Pustaka	85