

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Teoritis	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
1.7 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Citra Toko	8
2.2 Citra Merek	9
2.3 Loyalitas Merek	9
2.4 Penelitian Terdahulu	10
2.5 Pengembangan Hipotesis Penelitian	11
2.5.1 Pengaruh Citra Toko terhadap Citra Merek	11
2.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	12
2.6 Bagan Alur Berpikir	12
2.7 Kerangka Konseptual	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Desain Penelitian.....	15

3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	15
3.2.1 Definisi Operasional.....	15
3.2.2 Pengujian Variabel	15
3.2.3 Teknik Pengukuran Skala	17
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	18
3.3.1 Populasi.....	18
3.3.2 Sampel.....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4.1 Studi Lapangan.....	20
3.4.2 Sumber Data Penelitian.....	21
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.6 Metode Analisis Data.....	21
3.6.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Demografis Pembeli <i>Private label</i>	22
3.6.2 Analisis Deskriptif Terhadap Indikator Citra Toko, Citra Merek dan Loyalitas Merek Pribadi	22
3.6.3 <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	22
3.6.4 Uji Validitas	23
3.6.5 Uji Reliabilitas	24
3.6.6 Model Evaluasi PLS.....	24
3.6.7 Langkah Analisis PLS.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum <i>Private label</i>	28
4.2 Deskriptif Analisis	29
4.2.1 Pengumpulan Data	29
4.2.2 Karakteristik Responden	29
4.2.3 Statistik Deskriptif	34
4.3 Hasil Perhitungan <i>Partial Least Square</i>	38
4.3.1 <i>Outer Model</i>	38
4.3.1.1 Validitas Konvergen.....	38
4.3.1.2 Validitas Diskriminan.....	41
4.3.1.3 Uji Reliabilitas.....	42
4.3.2 Inner Model Partial Least Square.....	44
4.3.2.1 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	44

4.3.2.2 Hasil Uji Hipotesis	45
4.4 Pembahasan.....	47
4.4.1 Pengaruhi Citra Toko terhadap Citra Merek.....	47
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	48
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi Penelitian.....	51
5.2.1 Implikasi Teoritis	51
5.2.2 Implikasi Praktis	51
5.3 Keterbatasan.....	52
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	58
LAMPIRAN 2 STUDI PENDAHULUAN.....	61
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA RESPONDEN	70
LAMPIRAN 4 HASIL OUTPUT <i>PARTIAL LEAST SQUARE</i>	78
LAMPIRAN 5 HASIL OUTPUT <i>BOOTSTRAPPING</i>	85
LAMPIRAN 6 HASIL CEK PLAGIARISME	86