

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	14
2.1.1 Pemasaran.....	14
2.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.1.3 Produk.....	15
2.1.4 Merek.....	16
2.1.5 <i>Private Label</i>	17
2.1.6 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian <i>Private Label</i>	18
2.1.7 Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	42
3.2.1 Variabel Operasional	42

3.2.2 Skala Pengukuran.....	44
3.3 Tahapan Penelitian	45
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Sampel.....	46
3.5 Pengumpulan Data	48
3.5.1 Jenis Data Primer	48
3.5.2 Jenis Data Sekunder	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6.1 Kuesioner	48
3.6.2 Studi Pustaka.....	48
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.7.1 Uji Validitas	49
3.7.2 Uji Reliabilitas	52
3.8 Uji Asumsi	53
3.8.1 Uji Data.....	53
3.8.2 Uji Homogenitas	54
3.9 Teknik Analisis Data.....	55
3.9.1 Analisis Faktor	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Analisis Faktor	62
4.2.2 Pengujian Variabel Secara Keseluruhan dan Uji Kecukupan Data	62
4.2.3 Proses <i>Factoring</i>	65
4.2.4 Pengelompokan Faktor	67
4.2.5 Penamaan Faktor (<i>Labelling</i>).....	71
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA79

LAMPIRAN