

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Lingkup Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan Tesis	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Merek Toko	16
2.2 Citra Toko.....	16
2.3 Kualitas Yang Dipersepsikan	17
2.4 Harga Yang Dipersepsikan.....	18
2.5 Kepercayaan	19
2.6 Nilai Yang Dipersepsikan.....	19
2.7 Niat Membeli.....	20
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.8.1 Pengaruh Citra Toko Pada Kualitas Yang Dipersepsikan	21
2.8.2 Pengaruh Citra Toko Pada Kepercayaan	21
2.8.3 Pengaruh Kualitas Yang Dipersepsikan Pada Kepercayaan	22

2.8.4	Pengaruh Harga Yang Dipersepsikan Pada Kualitas Yang Dipersepsikan	23
2.8.5	Pengaruh Kualitas Yang Dipersepsikan Pada Nilai Yang Dipersepsikan	23
2.8.6	Pengaruh Kepercayaan Pada Nilai Yang Dipersepsikan	24
2.8.7	Pengaruh Harga Yang Dipersepsikan Pada Niat Membeli	25
2.8.8	Pengaruh Kualitas Yang Dipersepsikan Pada Niat Membeli	25
2.8.9	Pengaruh Kepercayaan pada Niat Membeli.....	26
2.8.10	Pengaruh Nilai Yang Dipersepsikan Pada Niat Membeli.....	26
2.9	Model Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Desain Penelitian	29
2.3	Metode Pengumpulan Data	29
3.2.1	Tipe dan Sumber Data	29
3.2.2	Populasi dan Sampel	30
3.2.3	Unit Analisis	31
3.2.4	Ukuran Sampel.....	31
3.3	Lokasi Penelitian	32
3.4	Instrumen Penelitian.....	32
3.4.1	Definisi Operasional	32
3.4.2	Uji Validitas	36
3.4.3	Uji Reliabilitas	38
3.5	Uji Awal Instrumen Penelitian	38
3.5.1	Pengujian Validitas Sampel Kecil	39
3.5.2	Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil.....	41
3.6	Teknik Analisis Data	42
3.6.1	Prosedur Pengujian Hipotesis	42
3.6.2	Structural Equation Modeling (SEM).....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Hasil Pengumpulan Data	49
4.2	Karakteristik Responden	49
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	52
4.3.1	Uji Validitas Sampel Besar Tahap 1	53

4.3.2	Uji Validitas Tahap 2	54
4.4	Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	56
4.5	Statistik Deskriptif.....	57
4.6	Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness-of-Fit</i>)	59
4.7	Pengujian Hipotesis	61
4.8	Pembahasan	69
4.8.1	Pengaruh Citra Toko pada Kualitas Yang Dipersepsikan.....	69
4.8.2	Pengaruh Citra Toko pada Kepercayaan.....	70
4.8.3	Pengaruh Kualitas Yang Dipersepsikan pada Kepercayaan	70
4.8.4	Pengaruh Harga Yang Dipersepsikan pada Kualitas Yang Dipersepsikan	71
4.8.5	Pengaruh Kualitas Yang Dipersepsikan pada Nilai Yang Dipersepsikan	72
4.8.6	Pengaruh Kepercayaan pada Nilai Yang Dipersepsikan	72
4.8.7	Pengaruh Harga Yang Dipersepsikan pada Niat Membeli	73
4.8.8	Pengaruh Kualitas Yang Dipersepsikan pada Niat Membeli.....	74
4.8.9	Pengaruh Kepercayaan pada Niat Membeli.....	74
4.8.10	Pengaruh Nilai Yang Dipersepsikan pada Niat Membeli	75
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI.....		77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Keterbatasan Penelitian	79
5.3	Implikasi	80
DAFTAR PUSTAKA.....		82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tipe Ritel Modern.....	3
Tabel 1.2 Pertanyaan dan Tanggapan Wawancara Singkat pada 15 Responden Tanggal 1 September-7 September 2018.....	8
Tabel 2.1 Dimensi dan Komponen Citra Toko	17
Tabel 3.1 Hasil Uji KMO dan Bartlett pada 72 Responden.....	39
Tabel 3.2 <i>Rotated Component Matrix</i>	39
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas pada 72 Responden.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji KMO dan Bartlett pada 225 Responden Tahap 1	53
Tabel 4.7 <i>Rotated Component Matrix</i> Tahap 1	53
Tabel 4.8 Hasil Uji KMO dan Bartlett pada 225 Responden Tahap 2.....	54
Tabel 4.9 <i>Rotated Component Matrix</i> Tahap 2.....	55
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Sampel Besar	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness-of-Fit</i>).....	59
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Skor Terbesar dalam Global Retail Development Index 2017	2
Gambar 1.2 Jumlah Gerai 10 Toko Ritel di Indonesia (Januari-Maret 2017)	4
Gambar 1.3 Produk Merek Toko Indomaret	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	28
Gambar 4.1 Model Struktural	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	86
LAMPIRAN 2 Uji Awal Validitas dan Reliabilitas (72 Responden)	94
LAMPIRAN 3 Uji Awal Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar (225 Responden).....	103
LAMPIRAN 4 Profil Responden	118
LAMPIRAN 5 Uji Statistik Deskriptif	121
LAMPIRAN 6 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness-of-Fit</i>)	124
LAMPIRAN 7 Pengujian Hipotesis	127