

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Lingkup Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	7
LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Perdagangan Eceran	9
2.1.2. Nilai Proposisi.....	11
2.1.3. <i>Perceived Value</i>	14
2.1.4. Strategi Pemasaran	14
2.1.5. Analisis Strategis.....	16
2.1.6. Keunggulan Kompetitif.....	16
2.1.7 <i>Value Creation Activities Model</i> (VCAM)	17
2.1.8. Jenis dan Sumber Nilai	20
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	22
2.3. Kerangka Penelitian	25
METODE PENELITIAN.....	27

3.1. Desain Penelitian.....	27
3.2. Metode Pengumpulan Data	28
3.3. Instrumen Penelitian.....	29
3.4. Metode Analisis Data.....	30
3.5. Profil Kasus.....	32
PEMBAHASAN	34
4.1. Deskripsi Data.....	34
4.2. Pembahasan.....	37
4.2.1. Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	37
4.2.2. Pengaruh Aktivitas Proposisi Nilai “Atribut Toko”.....	38
4.2.3. Pengaruh Aktivitas Proposisi Nilai “Strategi/proses”	43
4.2.4. Pengaruh Aktivitas Proposisi Nilai “Komunikasi”	46
4.2.5. Pengaruh Aktivitas Proposisi Nilai “Jenis Produk yang Beragam”	47
4.2.6. Pengaruh Aktivitas Proposisi Nilai “Harga”	50
4.2.7. Pengaruh Aktivitas Proposisi Nilai “Pelayanan Tambahan”	51
4.2.8. Pengaruh Aktivitas Proposisi Nilai “Inovasi Produk”	51
4.2.9. Pengaruh Aktivitas Proposisi Nilai “Saluran Distribusi”.....	52
4.2.10. Bagian Yang Paling Memberikan Nilai dan Makna Nilai Proposisi Bagi Pelanggan.....	52
4.2.11. Analisis Strategi Bersaing dan Keunggulan Kompetitif PT Gardena Graha	55
SIMPULAN	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Implikasi.....	58
5.3. Keterbatasan	60
5.4. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN 1	66
LAMPIRAN 2.....	67