

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN F1 .....	i
LEMBAR PENGESAHAN F2 .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN F3 .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
ABSTRAK .....	xv

## BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Lingkup Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.7 Sistematika Penulisan .....	7

## BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Merek Toko.....	9

2.1.2 Niat Beli .....	9
2.1.3 Citra toko.....	11
2.1.4 Citra harga .....	12
2.1.5 Risiko Persepsian .....	13
2.2 Hipotesis Penelitian.....	14
2.2.1 Hubungan Persepsi Citra Toko dengan Niat Beli Merek Toko .....	14
2.2.2 Hubungan Persepsi Citra Toko dan Risiko Persepsian dengan Niat Beli Merek Toko .....	15
2.2.3 Hubungan Citra Harga Merek Toko dengan Niat Beli .....	17
2.2.4 Hubungan Citra Harga Merek Toko dan Risiko Persepsian dengan Niat Beli Merek Toko .....	18
2.3 Model dan Mekanisme Teori .....	20

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Definisi Operasional dan Item Pengukuran .....	21
3.2.1 Variabel Niat Beli .....	22
3.2.2 Variabel Citra Toko.....	22
3.2.2.1 Dimensi Tata Letak .....	22
3.2.2.2 Dimensi Barang Dagangan .....	23
3.2.2.3 Dimensi Servis .....	23
3.3.3 Variabel Risiko Persepsian .....	23
3.2.31 Risiko Fungsional .....	24
3.2.3.2 Risiko Finansial.....	24
3.2.4 Variabel Citra harga .....	24

3.2.4.1 Tingkat Harga .....	25
3.2.4.2 Manfaat Persepsian .....	25
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi dan Sampel .....	26
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.3.3 Ukuran Sampel.....	27
3.3.4 Lokasi dan Obyek Penelitian .....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.5 Instrumen Penelitian.....	29
3.6 Pengujian Instrumen.....	29
3.6.1 Uji Validitas Instrumen .....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	31
3.6.3 Pre-test Instrumen .....	32
3.7 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	34
3.7.1 Analisis Regresi .....	34
3.7.2 Asumsi Dasar Metode Analisis.....	35
3.7.3 Pengembangan Formulasi Dasar.....	35
3.7.4 <i>Goodnes of Fit</i> Model .....	38
3.7.5 Efek Mediasi .....	39
3.7.6 Tingkat Signifikan.....	40
3.7.7 Proses Pengujian Hipotesis .....	40
 <b>BAB IV. TEMUAN DAN ANALISIS DATA</b>	
4.1 Profil Demografi .....	41

4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	42
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan .....	42
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	44
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Belanja .....	44
4.2 Uji Validasi dan Reliabilitas .....	45
4.2.1 Uji Validitas .....	45
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	47
4.3 Uji Korelasi .....	48
4.4 Statistik Deskriptif .....	50
4.5 Uji Multikolinearitas .....	51
4.6 Pengujian Hipotesis.....	52
4.6.1 Hipotesis Pertama.....	52
4.6.2 Hipotesis Kedua .....	53
4.6.3 Hipotesis Ketiga .....	54
4.6.4 Hipotesis Keempat .....	54
4.6.5 Hipotesis Kelima.....	56
4.6.6 Hipotesis Keenam .....	56
4.6.7 Hipotesis Ketujuh.....	57
4.7 Pembahasan.....	59
4.7.1 Efek Mediasi .....	62

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	64
5.3 Implikasi Praktis .....	65
5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	68
LAMPIRAN 1 (Kuesioner).....	72
LAMPIRAN 2 (Uji Reliabilitas).....	78
LAMPIRAN 3 (Analisis Regresi).....	81