

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Abstract	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
 BAB I	
Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
 BAB II	
Tinjauan Pustaka	10
A. Definisi dan Fungsi Bisnis Ritel	10
B. Perilaku Konsumen dalam <i>Retailing</i>	11
C. Loyalitas Pelanggan	12
D. Kepuasan Pelanggan	20
E. Kualitas Pelayanan	25
F. Citra Toko	30
G. <i>Private Brand</i>	35
H. Hasil Penelitian yang Relevan	44
 BAB III	
Metode Penelitian	45
A. Kerangka Pemikiran	45
B. Hipotesis Penelitian	46
C. Desain Penelitian	46

D. Definisi Operasional Variabel	47
E. Jenis, Sumber, dan Metode Penarikan Sampel	49
F. Teknik dan Metode Analisis	50
 BAB IV	
Analisis dan Pembahasan	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Analisis Data Deskriptif Responden	58
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
D. Uji Prasyarat Analisis	65
E. Analisis Regresi dan Uji Hipotesis Gabungan Keempat Supermarket	68
F. Analisis Regresi dan Uji Hipotesis pada Carrefour	71
G. Analisis Regresi dan Uji Hipotesis pada Giant	74
H. Analisis Regresi dan Uji Hipotesis pada Alfa	78
I. Analisis Regresi dan Uji Hipotesis pada Superindo	81
 BAB V	
Kesimpulan dan Saran	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	88
Daftar Pustaka	93
Lampiran	