

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| LEMBAR JUDUL | |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 5 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 6 |
| D. Perumusan Masalah..... | 6 |
| E. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| F. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| G. Sistematika Penulisan..... | 8 |
| BAB II. LANDASAN TEORI | |
| A. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)..... | 10 |

| | |
|--|-----------|
| B. Produk..... | 11 |
| 1. Strategi Produk..... | 11 |
| 2. Klasifikasi Produk..... | 12 |
| C. Harga..... | 12 |
| D. Promosi..... | 14 |
| E. Tempat..... | 16 |
| F. <i>Private Brand</i>..... | 18 |
| 1. <i>Filosofi Private Label</i> | 19 |
| 2. <i>Metodologi Private Brand</i> | 21 |
| G. Perilaku Konsumen..... | 22 |
| H. Kerangka Berpikir..... | 25 |
| I. Hipotesis..... | 28 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 29 |
| B. Jenis dan Sumber Data..... | 29 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 30 |
| D. Metode Pengumpulan Data..... | 30 |
| E. Metode Analisis..... | 31 |
| 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 31 |
| 2. Analisis Faktor..... | 34 |
| 3. Matrik Korelasi Antar Variabel..... | 35 |

| | |
|--|-----------|
| 4. KMO (<i>Kaiser Meyer Olkin</i>)..... | 35 |
| 5. Proses Ekstraksi Faktor (<i>Communalities</i>)..... | 35 |
| 6. <i>Total Variance Explained</i> | 36 |
| 7. <i>Scree plot</i> | 36 |
| 8. <i>Rotated Component Matrix</i> | 36 |
| F. Definisi Operasional Variabel | 36 |
| BAB IV. PROFIL OBJEK PENELITIAN | |
| A. Sejarah Berdirinya Matahari..... | 40 |
| B. <i>Value Plus</i>..... | 48 |
| C. Profil Responden..... | 50 |
| BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Uji Validitas..... | 55 |
| B. Uji Reliabilitas..... | 57 |
| C. Analisis Faktor..... | 58 |
| D. Hasil Uji..... | 62 |
| BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Kesimpulan..... | 62 |
| B. Saran..... | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 67 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN..... | 69 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----------|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... | 27 |
| Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis Faktor..... | 34 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 1.1 Perbandingan Harga Produk Value Plus dengan Produk Sejenis Oktober-November 2011..... | 4 |
| Tabel 3.1 Tingkat Realibilitas berdasarkan Tingkat Alpha..... | 33 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 37 |
| Tabel 4.1 Usia Responden..... | 51 |
| Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir..... | 52 |
| Tabel 4.3 Jenis Kelamin..... | 53 |
| Tabel 4.4 Jumlah Kunjungan..... | 53 |
| Tabel 4.5 Jumlah Pembelian..... | 54 |
| Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran..... | 56 |
| Tabel 5.2 Uji Reliabilitas..... | 57 |
| Tabel 5.3 KMO dan Barlett Test..... | 58 |
| Tabel 5.4 Nilai Eigenvalues..... | 59 |
| Tabel 5.5 Nilai Korelasi Indikator Terhadap Masing-Masing Variabel..... | 61 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------------|---|-----------|
| Lampiran 1 | Kuesioner..... | 71 |
| Lampiran 2 | Data Tabulasi 30 Responden..... | 74 |
| Lampiran 3 | Output Uji Validitas Dan Reliabilitas..... | 75 |
| Lampiran 4 | Data Tabulasi 100 Responden..... | 87 |
| Lampiran 5 | Output Analisis Faktor..... | 90 |