

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, & HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Konsep <i>Private Label Brands</i> (PLBs)	16
2.1.1.1 Faktor yang Mempengaruhi <i>Private Label Brands</i> (PLBs)	19
2.1.1.2 Faktor Pendukung dan Penghambat <i>Private Label</i> <i>Brands</i> (PLBs)	20

2.1.1.3 Dimensi <i>Private Label Brands</i> (PLBs)	22
2.1.1.4 Macam dan Jenis <i>Private Label Brands</i> (PLBs)	24
2.1.1.5 Keunggulan dan Keterbatasan <i>Private Label Brands</i> (PLBs)	26
2.1.2 Konsep Loyalitas Merek.....	29
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Merek.....	29
2.1.2.2 Tingkatan Loyalitas Merek	35
2.1.2.3 Mengukur Loyalitas Merek.....	37
2.1.2.4 Memelihara dan Memperkuat Loyalitas Merek.....	39
2.1.3 Pengaruh <i>Private Label Brands</i> (PLBs) Terhadap Loyalitas Merek.....	41
2.1.4 Resume Hasil Penelitian Pendahuluan.....	42
2.2 Kerangka Pemikiran	45
2.3 Hipotesis	51
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	53
3.1 Objek Penelitian	53
3.2 Metode Penelitian.....	54
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan	54
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	55
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	61
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	62
3.2.4.1 Populasi.....	62
3.2.4.2 Sampel	62
3.2.4.3 Teknik Sampling	64
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	66

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	68
3.2.6.1 Pengujian Validitas	68
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	73
3.2.7 Teknik Analisis Data	75
3.2.7.1 Analisis Deskriptif.....	76
3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Path Analysis	78
3.2.8 Pengujian Hipotesis	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	85
4.1.1 Profil PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT).....	85
4.1.1.1 Operasional PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT).....	87
4.1.1.2 Program <i>Private Label Brands</i> (PLBs) Alfamart	91
4.1.2 Karakteristik Responden	93
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	94
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	95
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	96
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	98
4.1.3 Pengalaman Responden.....	99
4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Dari	

Manakah Mendapatkan Informasi Tentang	
<i>Produk Private Label Brands</i> Alfamart	99
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan	
<i>Produk Private Label Brands (PLBs)</i>	
Alfamart Yang Digunakan	101
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan	
Alasan Membeli <i>Produk Private</i>	
<i>Label Brands (PLBs)</i> Alfamart.....	103
4.2 Tanggapan Responden dan Gambaran Terhadap <i>Private Label</i>	
<i>Brands (PLBs)</i>	104
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Private Label</i>	
<i>Brands (PLBs)</i>	104
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas	
<i>Produk (Product Quality)</i>	105
4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Harga Jual	
<i>(Selling Price)</i>	106
4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Presentasi	
<i>(Presentation)</i>	108
4.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Promosi	
<i>(Promotion)</i>	110
4.2.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Kemasan	
<i>(Package)</i>	112
4.2.2 Gambaran Responden Terhadap <i>Private Label</i>	
<i>Brands (PLBs)</i>	114
4.3 Tanggapan Responden dan Gambaran Terhadap Loyalitas	
Merek	116

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek.....	116
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Switcher</i> (Berpindah-Pindah).....	117
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Habitual</i> Buyer (Pembeli yang Bersifat Kebiasaan).....	119
4.3.1.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Satisfied</i> Buyer (Pembeli Yang Puas).....	120
4.3.1.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Liking</i> The Brand (Menyukai Merek).....	122
4.3.1.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Committed</i> Buyer (Pembeli Yang Komit).....	124
4.3.2 Gambaran Responden Terhadap Variabel Loyalitas	
Merek	126
4.4 Pengaruh <i>Private Label Brands</i> (PLBs) Terhadap Loyalitas	
Merek Alfamart	128
4.5 Implikasi Hasil Penelitian	134
4.5.1 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	134
4.5.1.1 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Deskriptif	134
4.5.1.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Verifikatif.....	135
4.5.1.3 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	135
4.6 Implikasi Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan	
Manajemen Bisnis	136
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	141
5.1 Kesimpulan.....	141

5.2 Rekomendasi.....142

DAFTAR PUSTAKA.....144

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Penetrasi Ritel <i>Modern</i>	3
1.2	Jumlah Gerai Ritel <i>Modern</i>	4
1.3	Pertumbuhan Pangsa Pasar Ritel Di Indonesia.....	4

1.4	<i>Market Share Minimarket</i> Di Indonesia Tahun 2010	5
1.5	Perbandingan Omzet <i>Minimarket</i> Antara Alfamart dan Indomaret (Triliyun)	6
1.6	<i>Top Brand Indeks Minimarket</i>	7
1.7	Loyalitas Merek <i>Minimarket</i> Tahun 2009-2010	7
1.8	Jumlah Gerai <i>Minimarket</i> di Kecamatan Sukajadi.....	8
2.1	Definisi <i>Private Label Brands</i> (PLBs).....	17
2.2	Keunggulan dan Keterbatasan <i>Private Label Brands</i> (PLBs).....	26
2.3	Definisi Loyalitas Merek.....	29
2.4	Penelitian Pendahuluan.....	43
3.1	Operasional Variabel.....	55
3.2	Jenis dan Sumber Data	61
3.3	Jumlah Populasi Member Alfamart di Kecamatan Sukajadi Kota Bandung.....	63
3.4	Penarikan Sampel Secara Proporsional	66
3.5	Interprestasi Nilai r	70
3.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Private Label Brands</i> (PLBs).....	71
3.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Merek	72
3.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	75
3.9	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	77
3.10	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi.....	83
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

94

4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

95

4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

97

4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

/Uang

saku

98

4.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Dari Manakah

Mendapatkan Informasi Tentang Produk *Private Label*

Brands

(PLBs)

Alfamart

100

4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Produk *Private*

Label

Brands

(PLBs)

Alfamart

Yang

Digunakan

101

4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli

Produk

Private

Label

Brands

(PLBs)

Alfamart

103

(Berpindah-Pindah)

118

4.16 Tanggapan Responden Terhadap *Habitual Buyer*

(Pembeli Yang Bersifat Kebiasaan)

119

4.17 Tanggapan Responden Terhadap *Satisfied Buyer*

(Pembeli Yang Puas)

121

4.18 Tanggapan Responden Terhadap *Liking The Brands*

(Menyukai Merek)

123

4.19 Tanggapan Responden Terhadap *Committed*

Buyer (Pembeli Yang Komit)

124

4.20 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden

Mengenai Variabel Loyalitas Merek

126

4.21 Matriks Korelasi Antar Sub Variabel *Private Label*

Brands (PLBs) dengan Loyalitas Merek

129

4.22 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

131

4.23 Hasil Pengujian Koefisien Jalur

132

4.24 Hasil Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari

Private Label Brands (PLBs) Terhadap

Loyalitas

Merek

133

DAFTAR GAMBAR

No
Gambar

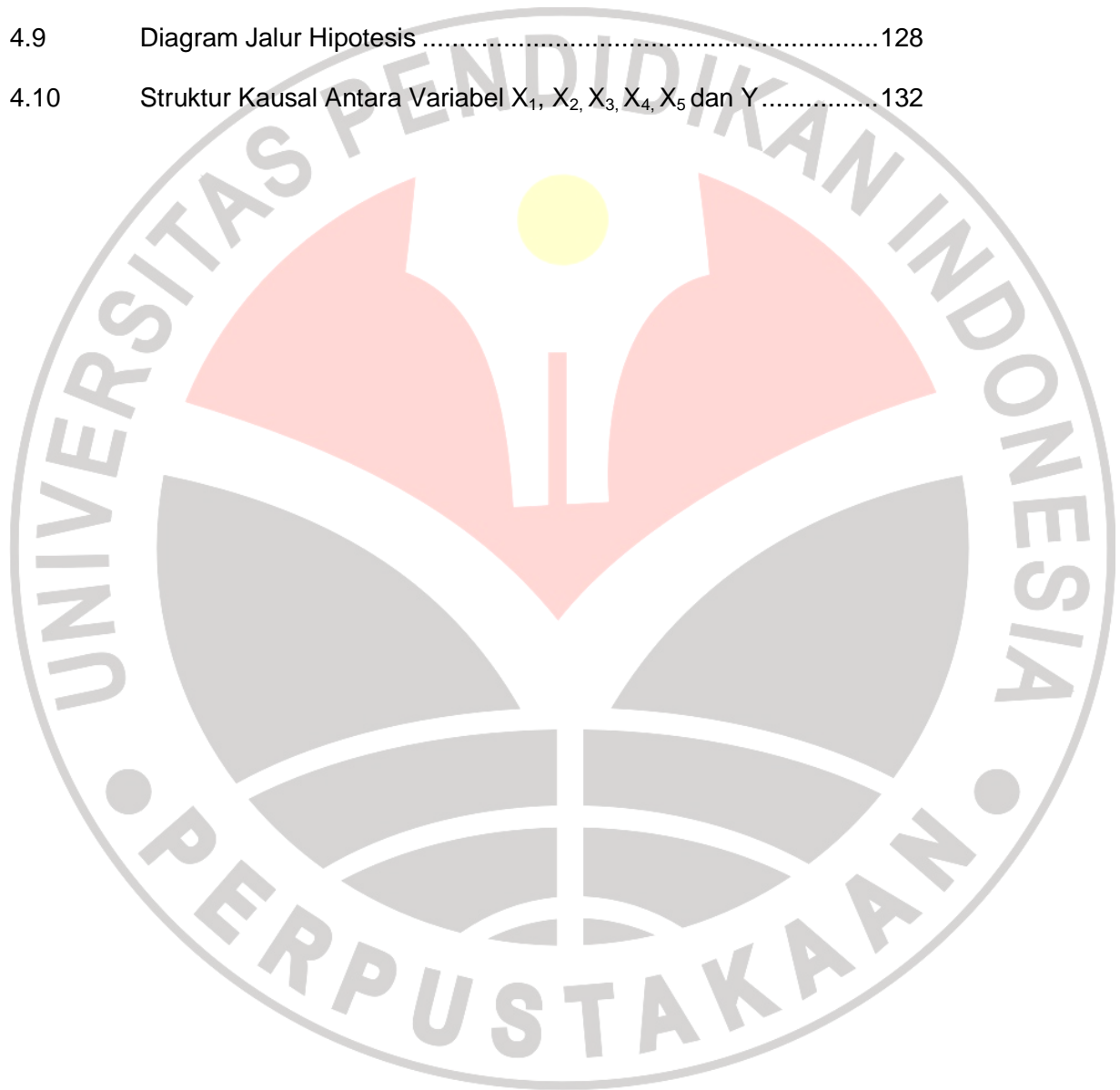
Judul Gambar

Hal

2.1	Piramida Loyalitas Merek	34
2.2	Menciptakan dan Memelihara Loyalitas Merek.....	40
2.3	Pengaruh <i>Private Label Brands (PLBs)</i> Terhadap Loyalitas Merek Alfamart	50
2.4	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Private Label</i>	

	<i>Brands (PLBs) Terhadap Loyalitas Merek Alfamart</i>	51
3.1	Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y	
	7
8		
3.2	Diagram Jalur Hipotesis	
	
79		
3.3	Diagram Jalur Struktur Hipotesis Utama.....	79
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	94
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	95
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	96
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	
	
97		
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	
	/Uang	saku
	
99		
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Dari Manakah	
	Mendapatkan Informasi Tentang Produk <i>Private</i>	
	<i>Label Brands (PLBs) Alfamart</i>	
	
101		

4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Produk	
	<i>Private Label Brands</i> (PLBs) Alfamart Yang Digunakan	103
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan	
	Membeli Produk <i>Private Label Brands</i> (PLBs) Alfamart	104
4.9	Diagram Jalur Hipotesis	128
4.10	Struktur Kausal Antara Variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 dan Y	132



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Instrumen Penelitian (Angket)
- Lampiran 3 Koding Data *Private Label Brands* (PLBs) (X)
- Lampiran 4 Koding Data Loyalitas Merek (Y)
- Lampiran 5 Penghitungan Validitas dan Reliabilitas (SPSS)
- Lampiran 6 Perhitungan Validitas Manual
- Lampiran 7 Perhitungan Reliabilitas Manual
- Lampiran 8 Nilai r *Product Moment*
- Lampiran 9 Perhitungan F tabel dan T tabel melalui (SPSS)
- Lampiran 10 Pengujian Hipotesis

