

## DAFTAR ISI

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| <b>ABSTRACT</b> .....                                      | <b>i</b>       |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                       | <b>ii</b>      |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                             | <b>iii</b>     |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                             | <b>iv</b>      |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                | <b>v</b>       |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                    | <b>vi</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                  | <b>x</b>       |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                 | <b>xii</b>     |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                               | <b>xiii</b>    |
| <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>                                  | <b>1</b>       |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian .....                       | 1              |
| 1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Penelitian ..... | 9              |
| 1.2.1. Identifikasi Penelitian .....                       | 9              |
| 1.2.2. Rumusan Penelitian .....                            | 10             |
| 1.2.3. Batasan Penelitian .....                            | 11             |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....                    | 11             |
| 1.3.1. Maksud Penelitian .....                             | 11             |
| 1.3.2. Tujuan Penelitian .....                             | 11             |
| 1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....                 | 13             |
| 1.4.1. Manfaat Penelitian .....                            | 13             |
| 1.4.2. Kegunaan Penelitian .....                           | 13             |
| 1.5. Sistematika Penulisan .....                           | 14             |

|  |               |
|--|---------------|
| <b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>             | <b>15</b>     |
| 2.1. Kajian Teori.....   | 15            |
| 2.1.1. Pemasaran Ritel .....   | 15            |
| 2.1.1.1. Bauran Pemasaran Ritel .....  | 17            |
| 2.1.2. Perilaku Konsumen .....   | 19            |
| 2.1.2.1. Model Perilaku Konsumen .....                                       | 22            |
| 2.1.2.2. Model Keputusan Konsumen .....                                      | 23            |
| 2.1.3. Persepsi Konsumen .....   | 27            |
| 2.1.3.1. Persepsi Harga .....  | 30            |
| 2.1.3.1.1. Tujuan Penetapan Harga .....                                      | 33            |
| 2.1.3.1.2. Dimensi Harga .....   | 35            |
| 2.1.3.2. Persepsi Kualitas Produk .....                                      | 38            |
| 2.1.3.3. Persepsi Resiko .....   | 41            |
| 2.1.4. Kepuasan Konsumen .....   | 43            |
| 2.1.5. Loyalitas Konsumen .....  | 46            |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....  | 54            |
| 2.2.1. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen .....              | 54            |
| 2.2.2. Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap kepuasan<br>konsumen ..... | 56            |
| 2.2.3. Pengaruh persepsi resiko terhadap kepuasan konsumen .....             | 58            |
| 2.2.4. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas .....                   | 59            |
| 2.3. Rerangka Pemikiran .....  | 64            |
| 2.4. Hipotesis .....   | 66            |
| <br><b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>  | <br><b>67</b> |
| 3.1. Disain Penelitian .....   | 67            |
| 3.2. Variabel Penelitian .....   | 67            |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....                    | 69        |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data .....   | 72        |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data .....   | 73        |
| 3.6. Populasi dan Sampel Penelitian .....                                  | 74        |
| 3.6.1. Populasi .....  | 74        |
| 3.6.2. Sampel .....  | 74        |
| 3.7. Teknik Analisis Data .....  | 76        |
| 3.7.1. Uji Validitas, Uji Normalitas dan Uji Realibilitas Instrumen .....  | 77        |
| 3.7.1.1. Uji Validitas .....   | 77        |
| 3.7.1.2. Uji Normalitas .....  | 78        |
| 3.7.1.3. Uji Reliabilitas .....  | 79        |
| 3.7.2. Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....               | 80        |
| 3.7.2.1. Asumsi-asumsi <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....        | 81        |
| 3.7.2.2. Prosedur <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....             | 88        |
| 3.7.2.3. Pengujian Hipotesis .....   | 90        |
| <br>   |           |
| <b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....                       | <b>92</b> |
| 4.1. Deskripsi Perusahaan .....  | 92        |
| 4.1.1. Sejarah PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart) .....            | 92        |
| 4.1.2. Lingkup Bidang Usaha .....  | 93        |
| 4.1.3. Alfa Express.....   | 94        |
| 4.2. Karakteristik Responden .....   | 96        |
| 4.3. Hasil Uji Hipotesis .....   | 98        |
| 4.3.1. Analisis Kecocokan Model Keseluruhan .....                          | 99        |
| 4.3.2. Analisis Kecocokan Model Pengukuran .....                           | 103       |
| 4.3.2.1. <i>Construct Reliability &amp; Variance Extracted Model</i> ..... | 104       |
| 4.3.2.1.1. Analisis Konstruk Persepsi Harga .....                          | 106       |
| 4.3.2.1.2. Analisis Konstruk Persepsi Kualitas Produk ....                 | 107       |

|  |            |
|--|------------|
| 4.3.2.1.3. Analisis Konstruk Persepsi Resiko .....                             | 109        |
| 4.3.2.1.4. Analisis Konstruk Kepuasan Konsumen .....                           | 112        |
| 4.3.2.1.5. Analisis Konstruk Loyalitas Konsumen .....                          | 114        |
| 4.3.3. Analisis Kecocokan Model Struktural .....                               | 116        |
| 4.3.3.1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan<br>Konsumen .....           | 116        |
| 4.3.3.2. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Kepuasan<br>Konsumen ..... | 119        |
| 4.3.3.3. Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Kepuasan<br>Konsumen .....          | 120        |
| 4.3.3.4. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas .....                      | 122        |
| 4.3.3.5. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Loyalitas.                 | 122        |
| 4.3.3.6. Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Loyalitas .....                     | 123        |
| 4.3.3.7. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas<br>Konsumen .....       | 124        |
| 4.3.4. Analisis Pengaruh Tidak Langsung .....                                  | 126        |
| 4.4. Uji Hipotesis .....   | 127        |
| 4.5. Implikasi Manajerial .....  | 129        |
| <b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>   | <b>131</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....  | 131        |
| 5.2. Saran .....   | 133        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>  | <b>135</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>  | <b>141</b> |