

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Hipotesis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Private Brand.....	15
2.1.1 Definisi Private Brand.....	15
2.1.2 Penelitian Mengenai Private Brand.....	16
2.1.3 Strategi Merek Produk Private Brand.....	17
2.2 Persepsi Nilai.....	20
2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nilai Konsumen Terhadap Private Brand.....	23
2.4 Keputusan Pembelian.....	30
2.5 Penelitian Terdahulu.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	35
3.1.1	Sejarah Oblivion Merch Store.....	35
3.1.2	Visi dan Misi.....	36
3.1.3	Struktur Organisasi.....	37
3.1.4	Job Description.....	37
3.1.5	Logo Oblivion Merch Store.....	42
3.2	Metode Penelitian.....	42
3.2.1	Jenis Penelitian.....	43
3.2.2	Data, Jenis Data, Sumber Data.....	43
3.2.3	Populasi, Teknik Sampling, Sampel.....	44
3.2.4	Variabel Dan Tabel Operasional Variabel.....	45
3.3	Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner.....	50
3.3.1	Intrumen.....	50
3.3.2	Syarat Instrumen Yang Baik Dalam Pedoman Kuesioner..	50
3.3.3	Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner.....	53
3.4	Metode Analisis Data.....	55
3.4.1	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	55
3.4.2	Transformasi Data.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Upaya Perusahaan Dalam Melaksanakan Private Brand Di Distro Oblivion Merch Store.....	59
4.2	Tanggapan Responden Terhadap Private Brand Yang Dilakukan Oblivion Merch Store Di Kota Bandung.....	64
4.2.1	Identitas Responden.....	64
4.2.2 a)	Tanggapan Responden Mengenai Private Brand Pada Oblivion Merch Di Kota Bandung.....	66

4.2.2 b)	Pedoman Untuk Menentukan Interval Masing-masing Pertanyaan.....	69
4.3	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian Produk Oblivion Merch Store.....	71
4.3.1 a)	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian Produk Oblivion Merch Store.....	72
4.3.1 b)	Pedoman Untuk Menentukan Interval Masing-masing Pertanyaan.....	75
4.4	Besarnya Pengaruh Private Brand terhadap Keputusan Pembelian Distro Oblivion Merch Store.....	78
4.4.1	Koefisien Determinasi.....	78
4.4.2	Pengujian Hipotesis.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		