**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR GRAFIK xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN 1

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Identifikasi Masalah 9
3. Batasan Masalah 10
4. Batasan Penelitian 10
5. Rumusan Masalah 11
6. Tujuan Penelitian 11
7. Manfaat Penelitian 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA 13

1. Landasan Teoritis 13
2. Penelitian Terdahulu 33
3. Kerangka Pemikiran 36
4. Hipotesis 38

BAB III METODE PENELITIAN 39

1. Objek Penelitian 39
2. Desain Penelitian 39
3. Variabel Penelitian 41
4. Teknik Pengambilan Sampel 47
5. Teknik Pengumpulan Data 48
6. Teknik Analisis Data 49

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 57

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian 57
2. Analisis Deskriptif 59
3. Hasil Penelitian 79
4. Pembahasan 80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 83

1. Kesimpulan 83
2. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA 85

LAMPIRAN 90

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Omset Alfamart 2014-2016 7

Tabel 3.1 Indikator dan Butir Pertanyaan Citra Merek 43

Tabel 3.2 Indikator dan Butir Pertanyaan Promosi Penjualan 44

Tabel 3.3 Indikator dan Butir Pertanyaan Keputusan Pembelian Konsumen 46

Tabel 3.4 Skala Likert 49

Tabel 3.5 Rentang Skala 52

Tabel 3.6 Keputusan Uji Autokorelasi 53

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Citra Merek 60

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan 62

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen 63

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek 65

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan 66

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Konsumen 66

Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 67

Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Usia 67

Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan (per bulan) 68

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek 69

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan 70

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen 72

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas 74

Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi 75

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas 75

Tabel 4.16 Hasil Uji *Goodness Of Fit* (Uji F) 77

Tabel 4.17 Uji T 78

Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi (R2) 78

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen 26

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 37

Gambar 4.1 Logo Alfamart 59

Gambar 4.2 Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek 70

Gambar 4.3 Skor Rata-Rata Variabel Promosi Penjualan 72

Gambar 4.4 Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian Konsumen 73

Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas 76

**DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1 Pertumbuhan Ritel Indonesia 3

Grafik 1.2 Pengeluaran Masyarakat Indonesia pada Ritel Modern 4

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pra Kuesioner 90

Lampiran 2 Data Pra Kuesioner 94

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 99

Lampiran 4 Kuesioner 102

Lampiran 5 Data Kuesioner 106

Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif 122

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik 129

Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 131