

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	4
1.4 Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian House Brand.....	8
Brand.....	10
2.2 Meposisikan Penawaran Pasar Dan Mempersepsikan Produk.....	12
Repositioning.....	14
2.3 Program Dan Strategi Penetapan Harga.....	15
2.3.1 Mimiilih Metode Penetapan Harga.....	17
2.3.2 Mengadaptasi Harga.....	20
2.3.3 Penetapan Harga Bauran Produk.....	21
2.3.4 Memulai dan Menanggapi Perubahan Harga.....	23
2.3.5 Hipotesis.....	25
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Penelitian.....	26

3.3	Populasi Dan Sampel	27
3.4	Teknik Pengambilan Sampel Dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.5	Sumber Data	29
3.6	Pengukuran Variabel dan Metode Skala Likert	30
3.7	Metode Analisis	30
	3.7.1 Analisis Regresi	31
	3.7.2 Uji Hipotesis Koefisien	34
3.8	Definisi Operasional	36
BAB IV : GAMBARAN UMUM PT.ALFA RETAILINDO SEMARANG		
4.1	Sejarah Berdiri	39
4.2	Lokasi Perusahaan	39
4.3	Stuktur Organisasi	41
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
5.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
	5.1.1 Penentuan Karakter Responden	47
	5.1.2 Status Perkawinan	48
	5.1.3 Jenis Kelamin Responden	50
	5.1.4 Tingkat Pendidikan Responden	52
	5.1.5 Profesi Responden	54
5.2	Analisis Data	56
5.3	Analisis Regresi	56
	5.3.1 Perhitungan Persamaan Regresi Berganda	56
	5.3.2 Perhitungan Kesalahan Standart	58
	5.3.3 Uji Hipotesis Koefisien Regresi Parsial	61
	5.3.4 Uji Hipotesis Koefisien Regresi b_1 dan b_2 dengan Uji F Test	63
BAB V : PENUTUP		
6.1	Kesimpulan	66
6.2	Saran-Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		