

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	30
1.4 Tujuan Penelitian	30
1.5 Manfaat penelitian	31
1.5.1 Manfaat Aspek Praktis	31
1.5.2 Manfaat Aspek Teoritis	31
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33
2.1 Teori-teori terkait penelitian.....	33
2.1.1 Pemasaran.....	33
2.1.2 <i>Luxury Brand Perception</i>	33
2.1.3 <i>Social Influence</i>	36
2.1.4 Perilaku konsumen	39
2.1.5 Purchase Intention	40
2.1.6 <i>Trait of Vanity</i>	41
2.2 Penelitian Terdahulu.....	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	58
2.3.1 Hubungan <i>Luxury Brand Perception</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> 60	
2.3.3 Hubungan <i>Trait of Vanity</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	62

2.3.4	Hubungan <i>Trait of Vanity</i> Memoderasi Antara <i>Luxury Brand Perception</i> dan <i>Purchase Intention</i>	63
2.3.5	Hubungan <i>Trait of Vanity</i> Memoderasi Antara <i>Social Influence</i> dan <i>Purchase Intention</i>	63
2.4	Hipotesis Penelitian	63
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	64
BAB III METODE PENELITIAN		65
3.1	Jenis Penelitian	65
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	67
3.2.1	Operasional Variabel	67
3.2.2	Skala Pengukuran	72
3.2.3	Tahapan Penelitian	78
3.3	Populasi dan Sampel	80
3.3.1	Populasi	80
3.3.2	Sampel	80
3.4	Teknik Pengumpulan Data	86
3.4.1	Data Primer	87
3.4.2	Data Sekunder	87
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	88
3.5.1	Uji Validitas	88
3.5.2	Uji Reliabilitas	90
3.6	Teknik Analisis Data	92
3.6.1	Structural Equation Modeling (SEM)	92
3.6.2	Partial Least Square (PLS)	92
3.6.3	Model Pengukuran (Outer Model)	93
3.6.4	Pengukuran Struktural Model (Inner Model)	95
3.7	Uji Hipotesis	97
3.8	Analisis SEM Dengan Efek Moderasi	100
BAB IV		101
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		101
4.1	Pengumpulan Data	101
4.2	Karakteristik Responden	103
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105

4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	106
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	106
4.3	Hasil Penelitian	107
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	107
4.4	Analisis SEM-PLS	125
4.4.1	Hasil Pengukuran Model (Outer Model)	125
4.4.2	Hasil Pengukuran Inneer Model	133
4.5	Uji Hipotesis	138
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	140
4.6.1	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	141
4.7	Hipotesis Result	144
4.8	Moderator Analysis	144
BAB V.....		148
KESIMPULAN DAN SARAN		148
5.1	Kesimpulan	148
5.2	Saran.....	151
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan,Praktisi, dan Konsumen	151
5.2.2	Saran Bagi Peneliti.....	152
DAFTAR PUSTAKA		154
LAMPIRAN.....		166