

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Produk Tiruan (<i>Counterfeit</i>)	20
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3 Kesadaran Nilai.....	26
2.1.4 Pemenuhan Status Sosial	27
2.1.5 Materialisme	29
2.1.6 Sikap Terhadap Merek	31

2.2 Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1 Pengaruh Kesadaran Nilai terhadap Sikap Terhadap Merek	33
2.2.2 Pengaruh Pemenuhan Status Sosial terhadap Sikap Terhadap Merek.....	34
2.2.3 Pengaruh Materialisme terhadap Sikap Terhadap Merek	35
2.2.4 Pengaruh Sikap Terhadap Merek terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3 Penelitian Terdahulu	38
2.4 Kerangka Pemikiran.....	40
2.5 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42
3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.2.1 Populasi Penelitian	46
3.2.2 Sampel Penelitian	46
3.2.3 Penentuan Jumlah Sampel.....	47
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3.1 Data Primer	47
3.3.2 Data Sekunder	48
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Pengumpulan Data Primer	48
3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder	49
3.5 Metode Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Objek dan Responden Penelitian.....	59
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.2 Gambaran Umum Responden	60
4.1.3 Profil Responden.....	61
4.2 Analisis Univariat	62
4.2.1 Analisis Faktor Eksploratori	62
4.2.2 Uji Validitas	67
4.2.3 Uji Reliabilitas	67

4.2.4 Uji Normalitas dengan <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	68
4.3 Analisis Multivariat	68
4.3.1 Uji Asumsi SEM.....	68
4.3.2 Analisis Faktor Konfirmatori.....	72
4.3.3 Analisis <i>Full Model</i> SEM	75
4.4 Metode Pengujian Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	82
4.5 Pembahasan.....	84
4.5.1 Pengaruh Kesadaran Nilai terhadap Sikap Terhadap Merek	84
4.5.2 Pengaruh Pemenuhan Status Sosial terhadap Sikap Terhadap Merek	85
4.5.3 Pengaruh Materialisme terhadap Sikap Terhadap Merek.....	86
4.5.4 Pengaruh Sikap Terhadap Merek terhadap Keputusan Pembelian	87
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Implikasi Teoritis	90
5.3 Implikasi Manajerial	91
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	92
5.5 Saran Penelitian Mendatang	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	98