

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR GRAFIK.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan	10

BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.1.1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
2.1.1.3 Jenis-jenis Perilaku Pembelian.....	15
2.1.1.4 Tahapan dalam Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	17
2.1.2 Minat Beli	19
2.1.2.1 Pengertian Minat Beli	19
2.1.2.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli	21
2.1.3 <i>Materialism Value</i>	24
2.1.3.1 <i>Pengertian Materialism Value</i>	24
2.1.3.2 <i>Dimensi Materialism Value</i>	29
2.1.3.3 <i>Faktor Penyebab Materialism Value</i>	30
2.1.3.4 <i>Dampak Materialism Value</i>	33
2.1.3.4.1 <i>Dampak Negatif Materialism Value</i>	33
2.1.3.4.2 <i>Dampak Positif Materialism Value</i>	34
2.1.3.5 <i>Cara Lain untuk Melihat Materialism Value</i>	35
2.1.3.6 <i>Pengukuran Materialism Value</i>	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Tujuan Penelitian	42
3.1.1 <i>Jenis Campur Tangan Peneliti (Researcher Interference)</i>	42

3.1.2 <i>Study Setting: Contrived and Non-Contrived</i>	44
3.1.3 Pengertian Penelitian Eksperimen.....	45
3.1.4 Jenis Desain Penelitian Eksperimen.....	45
3.2 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Penelitian.....	48
3.2.1 Variabel Penelitian.....	48
3.2.2 Definisi Operasional.....	49
3.3 Perancangan Desain Eksperimen.....	51
3.4 Hipotesis Penelitian.....	52
3.5 Kriteria Penelitian dan Lokasi Penelitian.....	55
3.6 Jumlah Partisipan Dalam Penelitian Eksperimen.....	56
3.7 <i>Manipulation Check</i>	57
3.8 Uji Validitas dan Uji Taraf Kesukaran Soal Instrumen.....	58
3.8.1 Uji Validitas Data.....	58
3.8.2 Uji Taraf Kesukaran Soal.....	59
3.9 Uji Analisis Data.....	60
3.9.1 Analisis dengan <i>Two Ways</i> ANOVA.....	60
3.10 Uji Ketepatan Parameter Penduga.....	61
3.10.1 Uji t Independen.....	61
BAB IV PEMBAHASAN	62
4.1 Deskripsi Pelaksanaan Penelitian Eksperimen.....	62
4.2 Hasil Penelitian Eksperimen.....	67
4.2.1 Pengukuran <i>Materialism Value</i>	67
4.2.1.1 Kelompok Eksperimen.....	67

4.2.1.2 Kelompok Kontrol	70
4.2.2 <i>Manipulation Check</i>	73
4.2.2.1 Uji Validitas	74
4.2.2.2 Uji Taraf Kesukaran Soal.....	76
4.2.3 Pengukuran Minat Beli Produk Donasi.....	76
4.3 Profil Partisipan	78
4.4 Desain Dua Faktorial (<i>Between-Subject</i>).....	80
4.5 Analisis Varians.....	81
4.6 Analisis Uji <i>Main Effect</i> dan <i>Interaction Effect</i>	82
4.7 Analisis Deskripsi.....	83
4.8 Perbandingan Rata-rata Minat Beli Produk Donasi pada Kelompok Penelitian Ekperimen.....	84
4.9 Pengujian Hipotesis	86
4.9.1 Dampak Materialism Value Terhadap Minat Beli Produk Donasi.....	86
4.9.2 Tidak Terdapat Perbedaan Dampak Antara <i>Materialism Value</i> yang Tinggi dan <i>Materialism Value</i> yang Rendah Terhadap Minat Beli Produk Donasi	87
4.9.3 Dampak Informasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Donasi	88
4.9.4 Dampak <i>Materialism Value</i> dan Informasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Donasi	88
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Implikasi Teoritis.....	92
5.3 Implikasi Manajerial.....	94

5.4 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	105