

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Perilaku Konsumen	10
2.1.2. Niat Beli.....	10
2.1.3. Sikap	10
2.1.4. Produk.....	11
2.1.5. Produk Premium	12
2.1.6. Nilai Personal	12
2.1.7. Nilai Identitas Diri	13
2.1.8. Nilai Materialistik.....	13
2.1.9. Nilai Hedonis	14
2.1.10. Nilai Sosial	14
2.1.11. Conspicuous Value	15
2.1.12. Nilai Status Sosial.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu	16

2.3. Pengembangan Hipotesis.....	17
2.3.1. Pengaruh Nilai Identitas Diri pada Sikap terhadap <i>Wine</i> Premium dan Niat Beli <i>Wine</i> Isola.....	17
2.3.2. Pengaruh Nilai Materialistik pada Sikap terhadap <i>Wine</i> Premium dan Niat Beli <i>Wine</i> Isola.....	18
2.3.3. Pengaruh Nilai Hedonis pada Sikap terhadap <i>Wine</i> Premium dan Niat Beli <i>Wine</i> Isola	19
2.3.4. Pengaruh <i>Conspicuous Value</i> pada Sikap terhadap <i>Wine</i> Premium dan Niat Beli <i>Wine</i> Isola.....	20
2.3.5. Pengaruh Nilai Status Sosial pada Sikap terhadap <i>Wine</i> Premium dan Niat Beli <i>Wine</i> Isola.....	20
2.3.6. Pengaruh Sikap terhadap <i>Wine</i> Premium pada Niat Beli <i>Wine</i> Isola ...	21
2.4. Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.1.1. Objek Penelitian	24
3.1.2. Metode Pengumpulan Data	24
3.1.3. Lokasi dan Waktu Pengumpulan Data	25
3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.2.3. Sampel	27
3.2.4. Ukuran Sampel	28
3.3. Definisi Operasional Variabel	28
3.4. Metode Analisis Data	31
3.4.1. Analisis Deskriptif.....	31
3.4.2. Analisis Statistik.....	32
3.4.3 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	32
3.4.4. Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	34
BAB IV PEMBAHASAN	35
4.1. Deskripsi Data	35

4.1.1. Pengumpulan Data.....	35
4.1.2. Deskripsi Karakteristik Demografis Responden	35
4.1.3. Statistik Deskriptif.....	38
4.1.4. Analisis Outliers dan Missing Value	42
4.2. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
4.2.1. Analisis Uji Validitas Konstruk.....	43
4.2.2. Analisis Uji Reliabilitas Konstruk	46
4.3. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	47
4.3.1. Nilai R-Square	47
4.3.2. Pengujian Hipotesis	48
4.4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	49
4.5. Pembahasan	55
4.5.1. Pengaruh Nilai Identitas Diri pada Sikap terhadap <i>Wine Premium</i>	55
4.5.2. Pengaruh Nilai Identitas Diri pada Niat Beli <i>Wine Isola</i>	57
4.5.3. Pengaruh Nilai Materialistik pada Sikap terhadap <i>Wine Premium</i>	58
4.5.4. Pengaruh Nilai Materialistik pada Niat Beli <i>Wine Isola</i>	59
4.5.5. Pengaruh Nilai Hedonis pada Sikap terhadap <i>Wine Premium</i>	61
4.5.6. Pengaruh Nilai Hedonis pada Niat Beli <i>Wine Isola</i>	62
4.5.7. Pengaruh <i>Conspicuous Value</i> pada Sikap terhadap <i>Wine Premium</i>	64
4.5.8. Pengaruh <i>Conspicuous Value</i> pada Niat Beli <i>Wine Isola</i>	65
4.5.9. Pengaruh Nilai Status Sosial pada Sikap terhadap <i>Wine Premium</i>	66
4.5.10. Pengaruh Nilai Status Sosial pada Niat Beli <i>Wine Isola</i>	68
4.5.11. Pengaruh Sikap terhadap <i>Wine Premium</i> pada Niat Beli <i>Wine Isola</i> ...	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Simpulan	71
5.2. Implikasi	74
5.2.1. Implikasi Teoritis	74
5.2.2. Implikasi Manajerial.....	75
5.3. Keterbatasan Penelitian	76
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

LAMPIRAN	82
-----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	23
Gambar 4.1 Diagram Jalur <i>Inner Model</i>	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survei Pendahuluan	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional	28
Tabel 4.1 Karakteristik Demografis Responden	36
Tabel 4.2 Nilai Kelas Interval	39
Tabel 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	39
Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Setiap Indikator	40
Tabel 4.5 <i>Outer Loading</i>	43
Tabel 4.6 Nilai <i>Cross Loading</i>	44
Tabel 4.7 Nilai AVE dan <i>Square Root AVE</i>	45
Tabel 4.8 Nilai <i>Composite Reliability</i>	46
Tabel 4.9 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	46
Tabel 4.10 Nilai <i>R-square</i>	48
Tabel 4.11 Koefisien Jalur pada Pengujian Model Struktural	49
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabulasi Data Nilai Identitas Diri, Nilai Materialistik, dan Nilai Hedonis	82
Lampiran 2. Tabulasi Data <i>Conspicuous Value</i> dan Nilai Status Sosial	89
Lampiran 3. Tabulasi Data Sikap dan Niat Beli	97