

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2. Manfaat Praktis	8
1.6. Lingkup Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II. LANDASAN TEORI	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Produk.....	11
2.1.2. Merek Mewah	12

2.1.3. Nilai Simbolis	13
2.1.4. Nilai Fungsional.....	14
2.1.5. Nilai Hedonis	14
2.1.6. Sikap terhadap Merek Mewah	15
2.1.7. Niat Beli Ulang	17
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	17
2.3. Perumusan Hipotesis	19
2.3.1. Pengaruh Nilai Simbolis pada Sikap terhadap Tas Tangan Premium	19
2.3.2. Pengaruh Nilai Simbolis pada Niat Beli Ulang Tas Tangan Premium.....	19
2.3.3. Pengaruh Nilai Fungsional pada Sikap terhadap Tas Tangan Premium.....	20
2.3.4. Pengaruh Nilai Fungsional pada Niat Beli Ulang Tas Tangan Premium	20
2.3.5. Pengaruh Nilai Hedonis pada Sikap terhadap Tas Tangan Premium	21
2.3.6. Pengaruh Nilai Hedonis pada Niat Beli Ulang Tas Tangan Premium.....	22
2.3.7. Pengaruh Sikap terhadap Tas Tangan Premium pada Niat Beli Ulang Tas Tangan Premium.....	23
2.4. Model Penelitian.....	24
BAB III. METODE PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran	25
3.2.1 Nilai Simbolis	25
3.2.2 Nilai Fungsional.....	26
3.2.3 Nilai Hedonis	27
3.2.4 Sikap terhadap Merek Mewah	28
3.2.5 Niat Beli Ulang	29
3.3. Desain Pengambilan Sampel	31
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel	31
3.3.2. Populasi dan Sampel	32
3.3.3. Unit Penyampelan.....	33

3.3.4. Ukuran Sampel.....	33
3.3.5. Lokasi dan Waktu Pengumpulan Data.....	33
3.4. Objek Penelitian	34
3.5. Metode Pengumpulan Data	34
3.6. Instrumen Penelitian.....	35
3.7. Pengujian Instrumen.....	36
3.7.1. Pengujian Validitas	36
3.7.2. Pengujian Reliabilitas	37
3.8. Metode Analisis Data	38
3.8.1. Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.8.3. Uji <i>Goodness of Model Fit</i>	41
3.8.4. Tingkat Signifikansi.....	43
3.8.5. Pengujian Hipotesis	43
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	46
4.1.1. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.2. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	47
4.1.3. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.4. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	49
4.1.5. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
4.1.6. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas Sosial.....	50
4.1.7. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Tas Tangan Mewah.....	51
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
4.2.1. Uji Validitas	53
4.2.2. Uji Reliabilitas	55
4.3. Analisis Deskriptif Variabel.....	56

4.4.	Hasil Analisis Data.....	58
4.4.1.	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4.2.	Hasil Uji Normalitas	59
4.4.3.	Hasil Uji Multikolinieritas	60
4.5.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.5.1.	Analisis Regresi Linier Berganda pada Variabel Terikat Sikap terhadap Merek Mewah	61
4.5.2.	Analisis Regresi Linier Berganda pada Variabel Terikat Niat Beli Ulang ...	62
4.6.	Hasil Uji Hipotesis	63
4.6.1.	Hasil Uji <i>Goodness of Model Fit</i> Regresi Linier Berganda Hipotesis 1	63
4.6.2.	Hasil Uji <i>Goodness of Model Fit</i> Regresi Linier Berganda Hipotesis 2.....	64
4.6.3.	Hasil Uji <i>Goodness of Model Fit</i> Regresi Linier Berganda Hipotesis 3.....	64
4.6.4.	Hasil Uji <i>Goodness of Model Fit</i> Regresi Linier Berganda Hipotesis 4.....	65
4.6.5.	Hasil Uji <i>Goodness of Model Fit</i> Regresi Linier Berganda Hipotesis 5.....	66
4.6.6.	Hasil Uji <i>Goodness of Model Fit</i> Regresi Linier Berganda Hipotesis 6.....	66
4.6.7.	Hasil Uji <i>Goodness of Model Fit</i> Regresi Linier Berganda Hipotesis 7.....	67
4.7.	Pembahasan	68
4.7.1.	Pengaruh Nilai Simbolis pada Sikap terhadap Tas Tangan Premium	68
4.7.2.	Pengaruh Nilai Simbolis pada Niat Beli Ulang Tas Tangan Premium.....	70
4.7.3.	Pengaruh Nilai Fungsional pada Sikap terhadap Tas Tangan Premium.....	71
4.7.4.	Pengaruh Nilai Fungsional pada Niat Beli Ulang Tas Tangan Premium	73
4.7.5.	Pengaruh Nilai Hedonis pada Sikap terhadap Tas Tangan Premium	74
4.7.6.	Pengaruh Nilai Hedonis pada Niat Beli Ulang Tas Tangan Premium.....	75
4.7.7.	Pengaruh Sikap terhadap Tas Tangan Premium pada Niat Beli Ulang Tas Tangan Premium.....	77
BAB V. KESIMPULAN.....		79
5.1.	Kesimpulan.....	79
5.2.	Implikasi.....	81

5.2.1. Implikasi Teoritis	81
5.2.2. Implikasi Manajerial	81
5.3. Keterbatasan Penelitian	82
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	90