



## Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Keaslian.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Intisari.....	xv
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan penelitian.....	8
1.4 Tujuan penelitian.....	9
1.5 Manfaat penelitian.....	9
1.6 Kontribusi penelitian.....	10
1.7 Rerangka penulisan.....	10
BAB II Kajian teori dan hipotesis.....	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Costly Signaling Theory.....	12
2.1.2 <i>Cause Related Marketing</i> .....	14



2.1.3 Merek Mewah.....	16
2.1.4 Besaran donasi ( <i>donation magnitude</i> ).....	18
2.1.5 Manfaat donasi ( <i>donation outcome</i> ).....	20
2.2 Relevansi dengan penelitian sebelumnya.....	23
BAB III Metode penelitian.....	26
3.1 Desain penelitian.....	26
3.2 Model penelitian.....	28
3.3 Tes awal pemilihan merek mewah.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.4.1 Variabel bebas ( <i>treatment</i> ).....	33
3.4.2 Variabel terikat.....	33
3.5 Mekanisme Penelitian Eksperimental.....	34
3.6 Uji Validitas.....	38
3.7 Uji Hipotesis.....	39
BAB IV Analisis Data dan Pembahasan.....	40
4.1 Responden Penelitian.....	40
4.2 Analisa Data.....	42
4.2.1 Jumlah Donasi.....	42
4.2.2 Cross Tab Analysis antara merek dengan jumlah donasi.....	43
4.2.3 Uji Validitas .....	45
4.2.4 Uji Hipotesis.....	45
4.3 Pembahasan Hipotesis.....	57
4.3.1 Pembahasan Hipotesis 1.....	57



4.3.2 Pembahasan Hipotesis 2.....	58
4.3.3 Pembahasan Hipotesis 3.....	59
BAB V Penutup.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	63
5.4 Implikasi Manajerial.....	64
Daftar pustaka.....	66
Lampiran.....	73