

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kontribusi Penelitian	11
1.5.1 Kontribusi Teoritis	11
1.5.2 Kontribusi Praktis	11
BAB II	12
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.2 Produk Tiruan	13



2.1.3	Kesadaran Nilai	14
2.1.4	Kesadaran Merek	14
2.1.5	Persepsi terhadap Risiko	15
2.1.6	Materialisme.....	16
2.1.7	Pengaruh Sosial.....	17
2.1.8	Sikap terhadap Produk Fesyen Tiruan	18
2.1.9	Pendapatan	18
2.1.10	Pembelian Fesyen Tiruan.....	19
2.2	Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1	Pengaruh Kesadaran Nilai pada Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan.....	19
2.2.2	Pengaruh Kesadaran Merek pada Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan	20
2.2.3	Pengaruh Persepsi Terhadap Risiko pada Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan.....	20
2.2.4	Pengaruh Materialisme pada Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan.....	21
2.2.5	Pengaruh Pengaruh Sosial dan Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan.....	22
2.2.6	Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan pada Pembelian Produk Fesyen Tiruan	23
2.2.7	Pendapatan Memoderasi Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan pada Pembelian Produk Fesyen Tiruan	24
2.3	Model Penelitian.....	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1	Strategi Penelitian.....	26
3.2	Desain Pengambilan Sampel	27
3.2.1	Populasi.....	27
3.2.2	Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	27

3.2.3 Ukuran Sampel	28
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	28
3.3.1. Kesadaran Nilai.....	28
3.3.2. Kesadaran Merek	29
3.3.3. Persepsi terhadap Risiko.....	30
3.3.4. Materialisme	31
3.3.5. Pengaruh Sosial.....	32
3.3.6. Sikap terhadap Produk Tiruan	33
3.3.7. Pembelian Produk Fesyen Tiruan	34
3.3.8. Pendapatan	34
3.4 Pengujian Instrumen	35
3.4.1 Uji Validitas	35
3.4.2 Uji Reliabilitas	39
3.5 Analisis Data	40
3.5.1 Metode Analisis Data	40
3.6 Metode Pengujian Hipotesis.....	43
3.6.1 Uji signifikansi parameter individu (Uji t Statistik)	43
3.6.2 Uji ANOVA (Uji f Statistik).....	44
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi R^2	44
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
BAB IV	46
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Karakteristik Responden	47
4.1.1 Jenis Kelamin.....	47
4.1.2 Usia	47
4.1.3 Pekerjaan.....	48
4.1.4 Pendidikan Terakhir.....	49
4.1.5 Pendapatan Per – Bulan	49



4.2 Statistik Deskriptif.....	50
4.3 Uji Regresi.....	52
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.3.2 Uji Determinasi.....	54
4.3.3 Uji F.....	55
4.3.4 Uji Hipotesis.....	56
4.4 Hasil Regresi pada Model.....	63
4.5 Pembahasan.....	65
4.5.1 Pengaruh Variabel Kesadaran Nilai pada Variabel Sikap Konsumen terhadap Produk Fesyen Tiruan (H1).....	65
4.5.2 Pengaruh Variabel Kesadaran Merek Pada Variabel Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan (H2).....	66
4.5.3 Pengaruh Variabel Persepsi terhadap Risiko pada Variabel Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan (H3).....	67
4.5.4 Pengaruh Variabel Materialisme pada Variabel Sikap Konsumen terhadap Produk Fesyen Tiruan (H4).....	68
4.5.5 Pengaruh Variabel Pengaruh Sosial pada Variabel Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan (H5).....	69
4.5.6 Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Produk Fesyen Tiruan pada Pembelian Produk Fesyen Tiruan (H6).....	70
4.5.7 Pengaruh Efek Moderasi Variabel Pendapatan pada Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Produk Fesyen Tiruan pada Pembelian Produk Fesyen Tiruan (H7).....	71
BAB V.....	73
KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2. Implikasi Manajerial.....	75
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4. Saran Penelitian Selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77



LAMPIRAN..... 84