

DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN PENGGANTI LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Riset.....	10
1.4 Tujuan Riset	11
1.5 Manfaat Riset	12
1.6 Lingkup Riset	12
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Perilaku Konsumen	14
2.2 Estetika.....	14
2.3 Nilai Fungsional.....	15
2.4 Nilai Emosional	16
2.7 Pengembangan Hipotesis	19
2.7.1 Hubungan antara estetika dan niat pembelian.....	19
2.7.2 Hubungan antara estetika dan nilai fungsional	19
2.7.4 Hubungan antara estetika dan nilai emosional.....	20
2.7.5 Hubungan antara nilai fungsional dan niat pembelian.....	21
2.7.6 Hubungan antara nilai sosial dan niat pembelian.....	21
2.7.7 Hubungan antara nilai emosional dan niat pembelian	22
2.8 Model Penelitian	22
BAB III	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Desain Pengambilan Sampel.....	24
3.1.1 Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.1.2 Populasi dan Sampel	24
3.1.3 Ukuran Sampel.....	25
3.1.4 Lokasi Penelitian.....	26

3.2 Objek Penelitian	26
3.3 Instrumen Penelitian.....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.4.1 Estetika.....	31
3.4.2 Nilai Fungsional.....	33
3.4.3 Nilai Sosial.....	34
3.4.4 Nilai Emosional	35
3.4.5 Niat Pembelian.....	36
3.5 Pengujian Instrumen.....	37
3.5.1 Uji Validitas	37
3.5.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Analisis Data	38
3.6.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	39
3.6.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	40
3.6.4 Uji Hipotesis	40
BAB IV	42
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Data.....	42
4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian.....	42
4.2 Evaluasi Model.....	49
4.2.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	49
4.3 Statistik Deskriptif.....	55
4.4 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
4.4.1 Koefisien Determinasi (<i>Analisa R Square</i>).....	58
4.4.2 Uji Hipotesis	59
4.5 Pembahasan.....	65
4.5.1 Estetika Memiliki Efek Positif pada Niat Pembelian.....	65
4.5.2 Estetika berpengaruh positif pada nilai fungsional	66
4.5.3 Estetika Berpengaruh Positif pada Nilai Sosial	67
4.5.4 Estetika Berpengaruh Positif pada Nilai Emosional	68
4.5.5 Nilai Fungsional Berpengaruh Positif pada Niat Pembelian.....	69
4.5.6 Nilai Sosial Berpengaruh Positif pada Niat Pembelian.....	70
4.5.7 Nilai Emosional Berpengaruh Positif pada Niat Pembelian	71
BAB V.....	73

KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Implikasi Manajerial	74
5.3 Keterbatasan Penelitian	76
5.4 Saran Penelitian Mendatang	78
DAFTAR PUSTAKA	79
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	1
Kuesioner Penelitian	1
BAGIAN 2: Profil Responden	3
BAGIAN 3: Perilaku Responden	2
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	6