

DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.3 Model Penelitian.....	38
BAB III. METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Sampel dan Besaran Sampel	41
3.3 Metode Pengumpulan Data dan Pra-uji.....	42
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.5 Pengujian Instrumen.....	52
3.6 Metode Analisis Data.....	60
3.7 Pengujian Model.....	62
3.8 Prosedur Pengujian Hipotesis.....	65
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Profil Responden.....	71
4.2 Karakteristik Data Penelitian.....	75
4.3 Normalitas Data.....	77
4.4 Evaluasi Nilai Ekstrim (Outliers).....	80
4.5 Evaluasi Model.....	81
4.6 Pengujian Hipotesis.....	90
BAB V. PENUTUP.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Kontribusi Teoritis dan Praktis.....	104
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	106
5.4 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persentase Hasil Survey Top Brand Pada Industri Perawatan Kulit.....	3
Tabel 3.1	Nilai KMO dan Uji Bartlett.....	55
Tabel 3.2	Rotated Component Matrix.....	56
Tabel 3.3	Perhitungan AVE untuk Masing-masing Konstruk.....	58
Tabel 3.4	Hasil Composite Reliability.....	59
Tabel 3.5	Indeks Goodness of Fit	65
Tabel 4.1	Profil Responden Natasha.....	72
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif Variabel.....	75
Tabel 4.3	Normalitas Multivariat.....	79
Tabel 4.4	Hasil Perhitungan Error Term, Lambda Term, dan Deviasi Standar untuk Masing-masing Konstruk.....	83
Tabel 4.5	Parameter Uji Validitas dalam SEM.....	84
Tabel 4.6	Nilai <i>Factor Loading</i> Pengukuran Konstruk.....	84
Tabel 4.7	Nilai AVE dan Cronbach Alpha.....	86
Tabel 4.8	Nilai Goodness of Fit.....	88
Tabel 4.9	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	91

DAFTAR HIPOTESIS

Hipotesis 1	: Sikap terhadap kesuksesan mempunyai pengaruh positif pada sikap terhadap percobaan untuk mencoba beli produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan.....	31
Hipotesis 2	: Sikap terhadap kegagalan mempunyai pengaruh positif pada sikap terhadap percobaan untuk mencoba beli produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan.....	32
Hipotesis 3	: Sikap terhadap proses mempunyai pengaruh positif pada sikap terhadap percobaan untuk mencoba beli produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan.....	33
Hipotesis 4	: Sikap terhadap iklan mempunyai pengaruh positif pada sikap terhadap percobaan untuk mencoba beli produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan.....	34
Hipotesis 5	: Sikap terhadap iklan mempunyai pengaruh positif pada niat untuk mencoba beli produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan.....	35
Hipotesis 6	: Sikap terhadap percobaan mempunyai pengaruh positif pada niat untuk mencoba beli produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan.....	36
Hipotesis 7	: Norma subyektif mempunyai pengaruh positif pada niat untuk mencoba beli produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan.....	36
Hipotesis 8	: Perilaku lampau mempunyai pengaruh positif pada niat untuk mencoba beli produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Sikap terhadap Iklan (Schiffman dan Kanuk, 2010).....	28
Gambar 2.2	Model Penelitian.....	38
Gambar 4.1	Model Teori Perilaku Mencoba-beli Produk Baru.....	87