

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah yang Maha Esa atas segala kelancaran dan berkat yang diberikan-Nya sehingga Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan. Tanpa izin, kasih sayang, kemurahan-Nya, serta rahmat yang tidak terbatas, penulis tidak akan menyelesaikan tugas akhir ini.

Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CENTRALITY OF VISUAL PRODUCT AESTHETICS, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, PRICE PERCEPTION TERHADAP EXPLORATORY BUYING BEHAVIOR TENDENCY DAN BRAND EXPERIENCE: KONSUMEN MEREK MEWAH”** telah diselesaikan guna memenuhi persyaratan akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Manajemen. Selain itu, tugas akhir ini juga memfasilitasi proses pembelajaran dan perluasan wawasan pengetahuan bagi mahasiswa.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas pembimbing kesayangan saya yaitu, Bapak Dr. Ir. Evo S. Hariandja, M.M. yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing tugas akhir ini, kesabarannya memberikan arahan kepada saya dan membagi ilmunya yang sangat bermanfaat dalam proses pembuatan makalah penelitian ini. Tanpa dukungan, tekanan, ketegasan, dan kebaikannya, mustahil bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Penulis juga menyadari tanpa adanya doa, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, tugas akhir ini juga tidak dapat diselesaikan. Oleh karena itu,

penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada:

1. Ibu Drs. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Ibu Isana S.c. Meranga, S.P., M.M. sebagai Kepala Departemen Manajemen
3. Bapak Dr. Ir. Evo S. Hariandja, M.M. sebagai Kepala Konsentrasi Pemasaran dan sebagai pembimbing skripsi saya
4. Bapak William Tjong, BSc., MBA., Ph.D. sebagai pembimbing akademik saya
5. Mr. Jacob Donald Tan, B.B.A., M.B.A sebagai dosen pada mata kuliah Magang yang memberikan pengarahan dalam membuat Case Study untuk magang, dan memberikan gambaran saat melakukan tugas akhir skripsi yang telah berhasil diselesaikan ini.
6. Seluruh dosen yang telah mendidik, sabar, dan membagikan ilmunya kepada saya selama masa studi di Universitas Pelita Harapan.
7. Seluruh staff dan karyawan Business School yang telah membantu saya dalam kegiatan administrasi, terutama Pak Tibo dan rekan lainnya.
8. Bapak dan Mama tersayang yang selalu memberikan doa tanpa henti dan kesabarannya yang senantiasa memberikan nasihat dan arahan kepada saya, selalu ada untukku, selalu memberikan dukungan secara

spiritual dan material yang memungkinkan makalah penelitian ini dilakukan dan diselesaikan.

9. Orang yang sangat saya cintai: Almira adikku yang selalu lucu dan gemas setiap saya melihatnya, Ayu dan Puput yang selalu ada saat saya membutuhkan bantuannya, Akbar yang rela menemani saya kesana kemari memenuhi makalah penelitian ini dan menjadi sahabat dan pasangan terbaik yang selalu ada 24/7, memberikan tawa, dorongan besar, kegembiraan, membantu melawan kesulitan yang saya lewati dan Kakak Ayu yang selalu ada membantu dan menemani saya. Terima kasih banyak telah hadir di hidup saya.
10. Nugi, Felyn, Icha yang senantiasa menemani saya sejak dibangku SMA, selalu memberikan semangat kepada saya tiada akhir, menemani saya mengerjakan makalah penelitian, makan bersama, tertawa bersama, dan sedih bersama.
11. Sahabat perkuliahan saya: Wanda, Shella, Lily, Nissa, dan Vian yang selalu bertukar informasi, pengetahuan, saran, dan selalu ada saat saya membutuhkan pendapat mereka. Terima kasih sudah melewati masa-masa kuliah bersama saya, terima kasih sudah menemani saya dan saling mendukung satu sama lain.
12. Teman satu dosen pembimbing: Nissa, Jessica, Lisa, Shindy, Natasha, Ovel, Weny, Priscille, Lydia, Tirza, Deo, dan Fransisca yang saling mengingatkan dan bertukar pemahaman dalam mengerjakan makalah penelitian ini.

13. Semua teman sekelas saya dari Manajemen, FLA, dan Pemasaran sejak semester satu hingga semester akhir ini.

14. Teman-teman sekalian dan followers tempealright atas doa, dukungan, dan bantuannya yang tak terhitung meskipun kami jarang bertemu: Erik, Syifa, Dinia, Jihan, Padang, Riezka, Nada, Devi, Veve, Echa, Laely, Ica, Ely, Kate, Sasha, dan lainnya.

1. Kepada Starbucks, Kopi Kenangan, Burger King, dan J.Co Donuts Gading Serpong yang menyediakan tempat untuk saya dan teman saya mengerjakan berbagai macam tugas dan Wi-Fi lancar yang disediakan.

2. Tak terhitung banyaknya pihak yang sangat membantu dalam menyelesaikan makalaha penelitian ini yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada pembaca serta ketersediannya memberikan kritik dan saran untuk meningkatkan kualitas penelitian ini. Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku pemasar, pembaca, dan semua pihak yang membaca.

Tangerang, 27 November 2020

Penulis,

Dewi Febriyanti

## DAFTAR ISI

**COVER**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

**ABSTRAK ..... v**

**KATA PENGANTAR..... vi**

**DAFTAR GAMBAR..... xv**

**DAFTAR TABEL ..... xvi**

**DAFTAR LAMPIRAN..... xix**

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian ..... 1

1.2 Masalah Penelitian ..... 7

1.3 Tujuan Penelitian ..... 9

1.4 Pertanyaan Penelitian ..... 9

1.5 Ruang Lingkup Penelitian..... 10

1.6 Kontribusi Penelitian..... 11

1.7 Garis Besar Penelitian ..... 11

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Merek .....	13
2.2 Merek Mewah .....	16
2.3 <i>Brand Experience</i> .....	19
2.4 <i>Centrality of Visual Product Aesthetics</i> .....	20
2.5 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> .....	21
2.6 <i>Price Perception</i> .....	23
2.7 Exploratory Buying Behavior Tendency .....	23
2.8 Tinjauan Pustaka .....	24
2.9 Keterkaitan Antar Variabel .....	34
2.10 <i>Price Perception dan Brand Experience</i> .....	34
2.11 <i>Centrality of Visual Product Aesthetics dan Price Perception</i> .....	35
2.12 <i>Hedonic Shopping Motivation dan Price Perception</i> .....	37
2.13 <i>Exploratory Buying Behavior Tendency dan Brand Experience</i> .....	39
2.14 <i>Price Perception dan Exploratory Buying Behavior Tendency</i> .....	41
2.15 <i>Hedonic Shopping Motivation dan Exploratory Buying Behavior Tendency</i> .....	42
2.16 Model Konseptual .....	44

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Penelitian Kuantitatif .....	49
3.3 Desain Penelitian.....	50
3.4 Objek Penelitian .....	55
3.5 Unit Analisis .....	56
3.6 Pengukuran Variabel.....	58
3.7 Definisi Konseptual dan Operasional.....	61
3.8 Pengukuran Skala.....	71
3.9 Metode Pengumpulan Data .....	76
3.10 Etika dalam pengumpulan data .....	78
3.11 <i>Sampling</i> .....	79
3.12 Ukuran Sampel.....	82
3.13 Metode dalam Analisis Data .....	83
Statistik Deskriptif .....	84
Statistik <i>Inferensial</i> .....	85
3.14 <i>Goodness of the Data</i> .....	86
Validitas .....	86
Reliabilitas .....	87
3.15 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	88
3.16 Partial Least Square (PLS).....	90

3.17 Preliminary Test .....	94
Validity Pre-Test Result .....	94
Convergent Validity Pre-Test .....	94
Discriminant Validity <i>Pre-Test</i> .....	99
Reliability Pre-Test Result .....	104

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

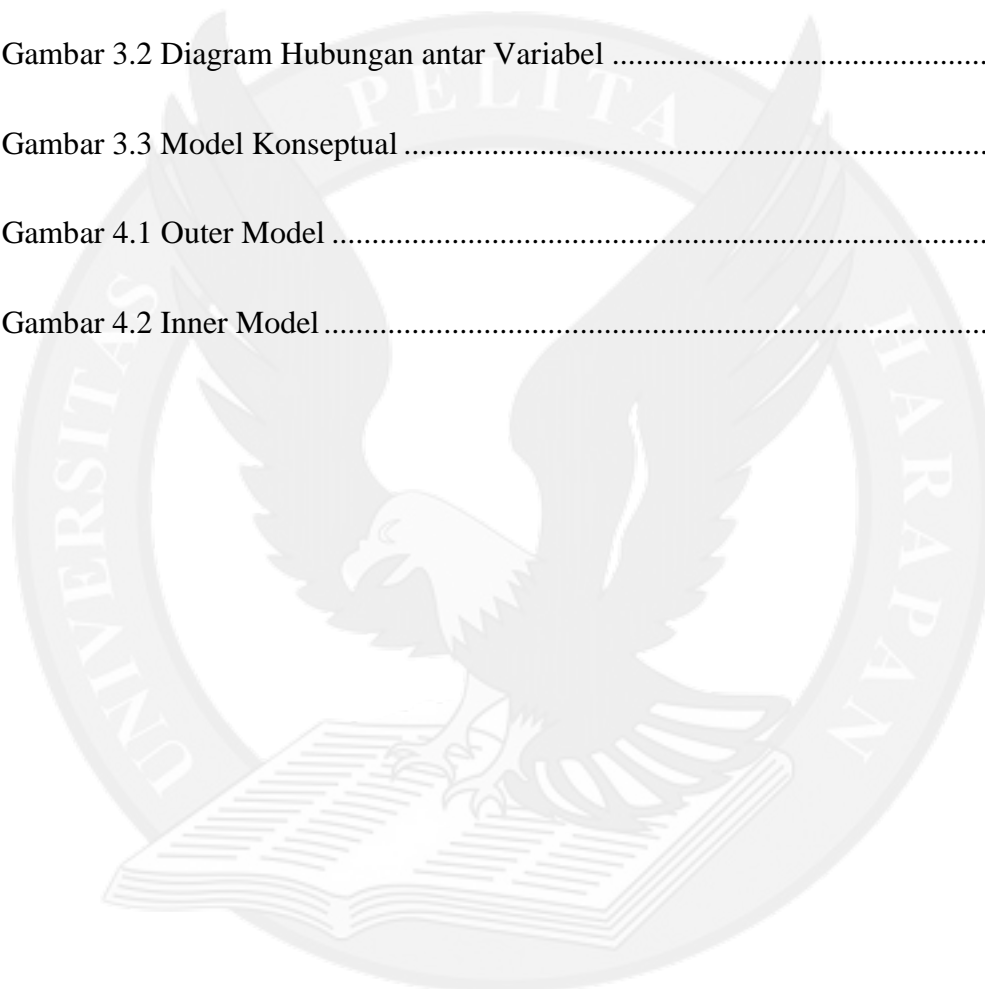
4.1 Profil Responden .....	108
Jenis Kelamin .....	109
Usia .....	109
Domisili .....	110
Pendapatan per Bulan .....	112
4.2 Uji Aktual .....	114
Statistik Deskriptif .....	114
Statistik Inferensial .....	120
Validitas Konvergen – Uji Aktual (I) .....	120
Validitas Diskriminan – Uji Aktual (I) .....	124
Validitas Konvergen – Uji Aktual (II) .....	127
Validitas Diskriminan – Uji Aktual (II) .....	130
Common Method Bias – Uji Aktual (II) .....	132
Reliability Result .....	134
Outer Model .....	136
R <sup>2</sup> dan Q <sup>2</sup> .....	137
Goodness of Fit .....	138



Hypothesis Testing.....	140
Inner Model.....	146
4.3 Pembahasan.....	146
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	154
5.2 Implikasi Teoritis .....	157
5.3 Implikasi Manajerial .....	157
5.4 Batasan Penelitian .....	159
5.5 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya .....	159
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>161</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual .....	44
Gambar 3.1 Komponen Desain Penelitian .....	52
Gambar 3.2 Diagram Hubungan antar Variabel .....	60
Gambar 3.3 Model Konseptual .....	60
Gambar 4.1 Outer Model .....	136
Gambar 4.2 Inner Model .....	146



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka .....	24
Tabel 3.1 Perbedaan Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif .....	47
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Operasional .....	61
Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....	72
Tabel 3.4 <i>rule of thumbs</i> .....	91
Tabel 3.5 Factor Loading >0.70 untuk Preliminary Test (BE) .....	95
Tabel 3.6 Factor Loading >0.70 untuk Preliminary Test (CVPA).....	96
Tabel 3.7 Factor Loading >0.70 untuk Preliminary Test (HSM).....	96
Tabel 3.8 Factor Loading >0.70 untuk Preliminary Test (PP).....	97
Tabel 3.9 Factor Loading >0.70 untuk Preliminary Test (EBBT) .....	98
Tabel 3.10 AVE untuk Preliminary Test .....	99
Tabel 3.11 Cross Loading >0.70 untuk Preliminary Test (BE) .....	100
Tabel 3.12 Cross Loading >0.70 untuk Preliminary Test (CVPA).....	101
Tabel 3.13 Cross Loading >0.70 untuk Preliminary Test (HSM).....	101
Tabel 3.14 Cross Loading >0.70 untuk Preliminary Test (PP).....	102
Tabel 3.15 Cross Loading >0.70 untuk Preliminary Test (EBBT) .....	103
Tabel 3.16 Cronbach's Alpha > 0.70 untuk Preliminary Test .....	104

Tabel 3.17 <i>Composite Reliability</i> >0.70 untuk <i>Preliminary Test</i> .....	105
Tabel 4.1 Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin .....	109
Tabel 4.2 Presentase berdasarkan Kelompok Usia .....	110
Tabel 4.3 Presentase berdasarkan Domisili .....	111
Tabel 4.4 Presentase berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	113
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif .....	115
Tabel 4.6 Factor Loading >0.70 untuk Uji Aktual (I).....	121
Tabel 4.7 AVE untuk Uji Aktual (I) .....	123
Tabel 4.8 Cross Loading >0.70 untuk Uji Aktual (I).....	125
Tabel 4.9 Heterotrait-Monotrait (HTMT) <0.85 Uji Aktual (I).....	127
Tabel 4.10 Factor Loading >0.70 untuk Uji Aktual (II) .....	128
Tabel 4.11 AVE untuk Uji Aktual (II).....	129
Tabel 4.12 Cross Loading >0.70 untuk Uji Aktual (II) .....	130
Tabel 4.13 Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT) <0.85 Uji Aktual (II) .....	131
Tabel 4.14 Outer VIF Values <3.3 Uji Aktual (II) .....	133
Table 4.15 Inner VIF Values < 3.3 Uji Aktual (II) .....	134
Tabel 4.16 <i>Cronbach's Alpha</i> untuk Uji Aktual (II).....	135
Tabel 4.17 <i>Composite Reliability</i> >0.70 untuk Uji Aktual .....	136
Tabel 4.18 Nilai R <sup>2</sup> dan Q <sup>2</sup> .....	138

Tabel 4.19 Goodness of Fit ..... 140

Tabel 4.20 *Path Coefficient Bootstrapping*..... 140



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A .....	A-1
LAMPIRAN B .....	A-2
LAMPIRAN C .....	A-3
LAMPIRAN D .....	A-4
LAMPIRAN E .....	A-5

