

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Theory of Reasoned Action (Teori Tindakan Beralasan). .....	7
2.3 Perceived Benefit (manfaat yang dirasakan) .....	12
2.4 Co – Branding.....	13
2.5 Intention To Use.....	16
2.6 Teori Gender dan Sex-Role Identity.....	17
2.7 Penelitian Terdahulu .....	18
2. Affective Loyalty dan Attitude .....	21
3. Attitude dan Intention .....	22
4. Gender.....	23
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN .....	25

3.1	Penentuan lokasi dan jenis penelitian .....	25
3.2.	Subyek dan Obyek Penelitian .....	26
3.3	Definisi Konseptual Variabel .....	27
3.4	Model Penelitian.....	29
3.5	Penentuan Data dan Sumber Data.....	30
3.6	Metode Pengambilan Sampel .....	30
3.7	Penentuan Jumlah Sampel .....	31
3.8	Skala Pengukuran.....	32
3.9	Teknik pengolahan data.....	32
3.10	Teknik Analisa Data .....	33
3.4.1	Uji Validitas .....	34
3.4.2	Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan .....	35
3.4.3	Uji Reliabilitas .....	36
3.4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....	36
3.4.3	Tahapan Analisis PLS-SEM.....	38
BAB IV.....		43
ANALISA DAN PEMBAHASAN .....		43
4.1	Karakteristik Responden .....	44
4.1.1	Responden berdasarkan Gender.....	46
4.1.2	Responden berdasarkan Umur.....	46
4.1.3	Responden berdasarkan Pendidikan .....	47
4.1.4	Responden berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.1.5	Responden berdasarkan Pengeluaran perbulan .....	47
4.1.6	Responden berdasarkan Jumlah Kartu Kredit.....	48
4.1.7	Responden berdasarkan Lama Waktu Kepemilikan .....	48
4.2	Statistik Deskriptif.....	48
4.3	Evaluasi Pengukuran Model.....	52
4.2.1	Convergent Validity .....	52
4.2.2	Discriminant validity.....	55
4.2.3	Internal Consistency Reliability.....	57
4.4	Evaluasi Struktural Model.....	58
4.4.1	Hasil Uji <i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	58
4.4.2	Pengujian Hipotesis.....	60
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
4.6	Perbandingan hasil penelitian aktual dengan penelitian sebelumnya .....	76

BAB V .....	79
KESIMPULAN DAN SARAN .....	79
5.1    Kesimpulan .....	79
5.2.1    Bagi Perusahaan .....	79
5.2.2    Bagi Masyarakat.....	80
5.2.3    Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82
BCG Perspective, “Indonesia’s Rising Middle-Class and Affluent Consumers - Asia’s Next Big Oppurtunity. ....	82
( <a href="https://www.bcgperspectives.com/content/articles/center_consumer_customer_insight_consumer_products_indonesias_rising_middle_class_affluent_consumers">https://www.bcgperspectives.com/content/articles/center_consumer_customer_insight_consumer_products_indonesias_rising_middle_class_affluent_consumers</a> ) .....	82
Kuesioner Penelitian .....	85

