

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI	6
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR	9
BAB I PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang Masalah	10
1.2 Masalah Penelitian	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	18
1.6 Kontribusi Penelitian	19
1.7 Sistematika Penelitian	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1 Merek	22
2.2 Merek Mewah	23
2.3 <i>Consumer Knowledge</i>	26
2.4 <i>Reference Group Influence</i>	27
2.5 <i>Luxury Brand Accessibility</i>	29
2.6 <i>Individual Luxury Value Perception</i>	29
2.7 <i>Purchase Intention</i>	30
2.8 <i>Recommendation Behavior</i>	31
2.9 <i>Willingness to Pay a Price Premium</i>	32
2.10 <i>Consumer Knowledge dan Individual Luxury Value Perception</i>	33
2.11 <i>Reference Group Influence dan Individual Luxury Value Perception</i> ...	34
2.12 <i>Luxury Brand Accessibility dan Individual Luxury Value Perception</i> ...	35
2.13 <i>Individual Luxury Value Perception dan (Purchase Intention, Recommendation Behavior, dan Willingness to Pay a Price Premium)</i> ...	35

2.14 <i>Consumer Knowledge, Reference Group Influence, Luxury Brand Accessibility dan Purchase Intention, Recommendation Behavior, Willingness to Pay a Price Premium</i>	37
2.15 Model Konseptual	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	39
3.2 Penelitian Kuantitatif	40
3.3 Desain Penelitian	41
3.4 Objek Penelitian	42
3.5 Unit Analisis	43
3.6 Pengukuran Variabel	44
3.7 Definisi Konseptual dan Operasional	44
3.8 Pengukuran Skala	51
3.9 Metode Pengumpulan Data	52
3.10 Etika dalam Pengumpulan Data	52
3.11 Sampling	53
3.12 Ukuran Sampel	56
3.13 Metode Dalam Analisis Data	57
3.14 <i>Goodness of the Data</i>	57
3.14.1 Validitas	58
3.14.2 Reliabilitas	59
3.15 Structural Equation Modelling (SEM)	60
3.16 Partial Least Square (PLS)	60
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Profil Responden	62
4.1.1 Jenis Kelamin	63
4.1.2 Usia	63
4.1.3 Domisili	64
4.1.4 Pendapatan per Bulan	65
4.2 Uji Aktual	67
4.2.1 Statistik Deskriptif	67

4.2.2 Statistik Inferensial	70
4.2.2.1 Validitas Konvergen - Uji Aktual	70
4.2.2.2 Validitas Diskriminan - Uji Aktual	76
4.2.3 <i>Common Method Bias</i> – Uji Aktual	77
4.2.4 Reliabilitas – Uji Aktual	79
4.2.4.1 Hasil Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>) – Uji Aktual	79
4.2.4.2 Outer Model	81
4.2.4.3 Analisis R ² dan Q ²	81
4.2.4.4 Goodness of Fit (GoF)	83
4.2.4.5 Uji Hipotesis	84
4.2.4.6 Inner Model	92
4.3 Pembahasan	93
4.4 Perbandingan dari Penelitian Sebelumnya dan Peneliti Terkini	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Implikasi Teoritis	102
5.3 Implikasi Manajerial	102
5.4 Batasan Penelitian	104
5.5 Rekomendasi untuk Peneliti Selanjutnya	104

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional	47
Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Domisili	69
Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	72
Tabel 4.6 Validitas Konvergen – Outer Loading > 0.70 Uji Aktual (Sebelum) ..	75
Tabel 4.7 Validitas Konvergen – Outer Loading > 0.70 Uji Aktual (Sesudah) ...	76
Tabel 4.8 Validitas Konvergen – Outer Loading (Latent Variabel)	77
Tabel 4.9 Validitas Konvergen – AVE > 0.50 Uji Aktual	77
Tabel 4.10 Validitas Diskriminan – HTMT < 1 Uji Aktual	78
Tabel 4.11 Collinearity (VIF) – Outer VIF Value < 5 Uji Aktual.....	80
Tabel 4.12 Inner VIF < 3.3 Uji Aktual	81
Tabel 4.13 Reliabilitas Cronbach's Alpha > 0.70 Uji Aktual	82
Tabel 4.14 Nilai R ² dan Q ²	84
Tabel 4.15 Nilai Goodness of Fit (GoF)	86
Tabel 4.16 Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i>	87
Tabel 4.17 Perbandingan Peneliti Sebelumnya dan Peneliti Terkini.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida Hierarki Luxury	11
Gambar 1.2 Daftar merek sepatu sneakers yang paling banyak disukai.....	13
Gambar 1.3 Nike Reigns Over the Sneaker World	13
Gambar 2.1 Model Kerangka Konseptual	38
Gambar 4.1 Outer Model	83
Gambar 4.2 Inner Model	95