

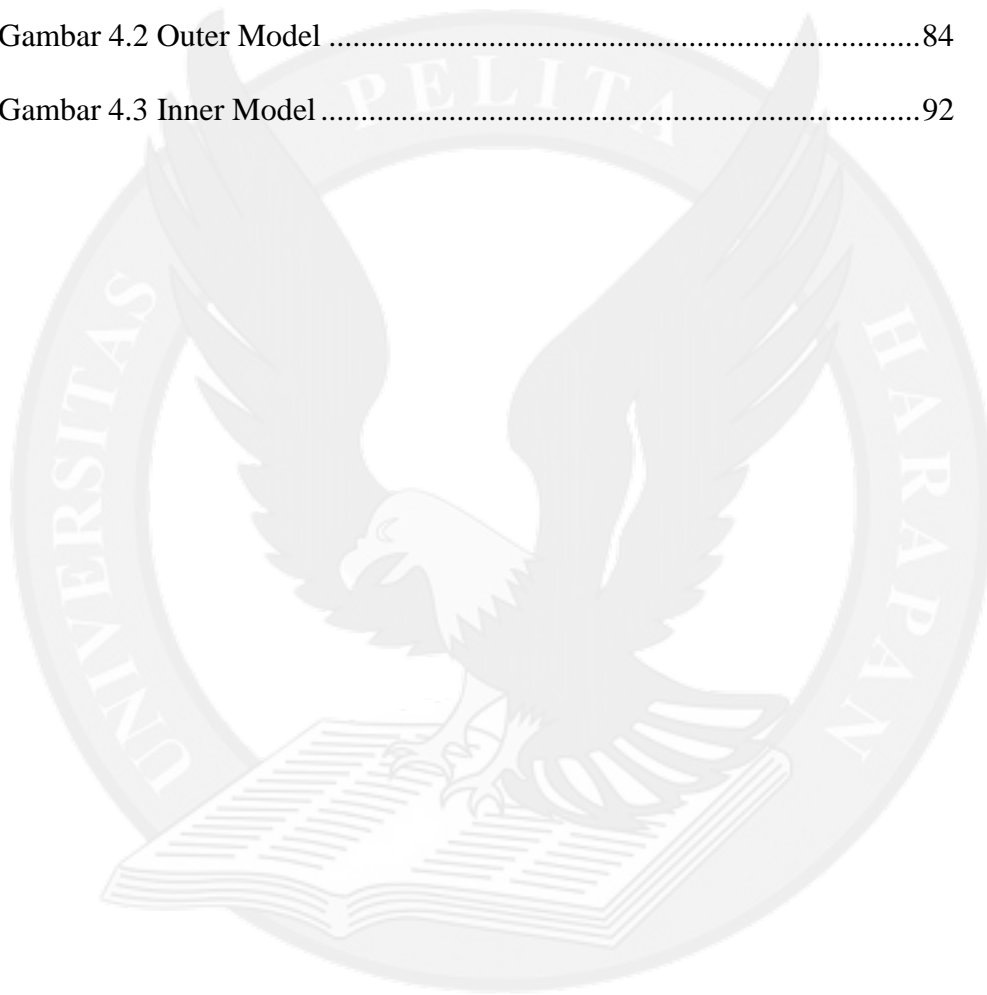
DAFTAR ISI

ABSTRAK	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	10
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	10
1.4 MANFAAT PENELITIAN	10
1.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN.....	11
1.6 KONTRIBUSI PENELITIAN.....	11
1.7 GARIS BESAR PENELITIAN.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN LITERATUR.....	14
2.1 CONSUMER KNOWLEDGE.....	14
2.2 REFERENCE GROUP INFLUENCE.....	16
2.3 LUXURY BRAND ACCESSIBILITY.....	17
2.4 INDIVIDUAL LUXURY VALUE PERCEPTION	19
2.5 CONSUMER BEHAVIOUR.....	20
2.6 TINJAUAN PUSTAKA	22
2.7 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	26
2.8 CONSUMER KNOWLEDGE DAN INDIVIDUAL LUXURY VALUE PERCEPTION	26
2.9 REFERENCE GROUP INFLUENCE DAN INDIVIDUAL LUXURY VALUE PERCEPTION.....	27
2.10 LUXURY BRAND ACCESSIBILITY DAN INDIVIDUAL LUXURY VALUE PERCEPTION.....	28
2.11 INDIVIDUAL LUXURY VALUE PERCEPTION DAN CONSUMER BEHAVIOUR	29
2.12 MODEL KONSEPTUAL.....	31
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 PARADIGMA PENELITIAN.....	32

3.2	PENELITIAN KUANTITATIF	34
3.3	DESAIN PENELITIAN	35
3.4	OBJEK PENELITIAN.....	36
3.5	UNIT ANALISIS	36
3.6	PENGUKURAN VARIABEL.....	37
3.7	DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONAL.....	38
3.8	PENGUKURAN SKALA.....	42
3.9	METODE PENGUMPULAN DATA.....	43
3.10	ETIKA DALAM PENGUMPULAN DATA.....	44
3.11	SAMPLING.....	44
3.12	UKURAN SAMPEL.....	45
3.13	METODE DALAM ANALISIS DATA.....	46
3.14	GOODNESS OF DATA.....	46
3.15	SMARTPLS 4	48
3.16	PRELIMINARY TEST.....	49
BAB IV		60
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		60
4.1	PROFIL RESPONDEN	60
4.5	UJI <i>PRELIMINARY TEST</i>	63
4.6	DISKUSI.....	93
BAB V.....		98
KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
5.1	KESIMPULAN	98
5.2	IMPLIKASI TEORITIS.....	99
5.3	IMPLIKASI MANAGERIAL	99
5.4	KETERBATASAN PENELITIAN	100
5.5	REKOMENDASI UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA.....	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Lokasi Brand Hermes di Seluruh Dunia.....	8
Gambar 2.1 Model Konseptual	43
Gambar 4.1 Model Struktural SmartPLS	63
Gambar 4.2 Outer Model	84
Gambar 4.3 Inner Model	92



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	22
Tabel 3.1 Perbedaan Metode Kualitatif dan Kuantitatif.....	45
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	50
Tabel 3.3 <i>Rule of Thumbs</i>	65
Tabel 4.1 Presentase Jenis Kelamin Responden	82
Tabel 4.2 Presentase Kelompok Usia Responden.....	83
Tabel 4.3 Presentase Profesi Responden.....	83
Tabel 4.4 Presentase Domisili Responden	84
Tabel 4.5 Faktor Loading pada <i>Customer Knowledge</i>	64
Tabel 4.6 Faktor Loading pada <i>Individual Luxury Value Perception</i>	65
Tabel 4.7 Faktor Loading pada <i>Luxury Brand Accessibility</i>	65
Tabel 4.8 Faktor Loading pada <i>Purchase Intention</i>	66
Tabel 4.9 Faktor Loading pada <i>Recommendation Behavior</i>	66
Tabel 4.10 Faktor Loading pada dimensi <i>Reference Group Influence</i>	66
Tabel 4.11 Faktor Loading pada <i>Willingness to Pay a Premium Price</i>	67
Tabel 4.12 Hasil AVE pada Preliminary test	67
Tabel 4.13 Cross Loading pada <i>Consumer Knowledge</i>	68
Tabel 4.14 Cross Loading pada Individual Luxury Value Perception	68
Tabel 4.15 Cross Loading pada <i>Luxury Brand Accessibility</i>	68
Tabel 4.16 Cross Loading pada <i>Purchase Intention</i>	69
Tabel 4.17 Cross Loading pada <i>Recommendation Behavior</i>	69
Tabel 4.18 Cross Loading pada dimensi <i>Reference Group Influence</i>	70

Tabel 4.19 Cross Loading pada <i>Willingness to Pay a Premium Price</i>	70
Tabel 4.20 Heteroit Monotrait Ratio pada <i>Preliminary test</i>	71
Tabel 4.21 <i>Cronbach's Reliability</i> dari <i>Preliminary test</i>	71
Tabel 4.22 <i>Composite Reliability</i> dari <i>Preliminary test</i>	72
Tabel 4.23 Statistik Deskriptif	73
Tabel 4.24 Faktor Loading Uji Aktualitas	78
Tabel 4.25 Hasil AVE Uji Aktualitas.....	79
Tabel 4.26 Hasil Aktual Validitas Diskriminan	80
Tabel 4.27 Hasil Heterotrait Monotrait Uji Aktualitas	81
Tabel 4.28 <i>Cronbach's Alpha</i> pada Uji Aktualitas	82
Tabel 4.29 <i>Composite Reliability</i> pada Uji Aktualitas.....	82
Tabel 4.30 <i>Outer VIF</i>	83
Tabel 4.31 Goodness of Fit	85
Tabel 4.32 Q Square.....	85
Tabel 4.33 R Square	86
Tabel 4.34 F Square	87
Tabel 4.35 Hasil Analisa Hipotesis.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	124
Lampiran B.....	132
Lampiran C.....	134
Lampiran D	139
Lampiran E.....	146

