

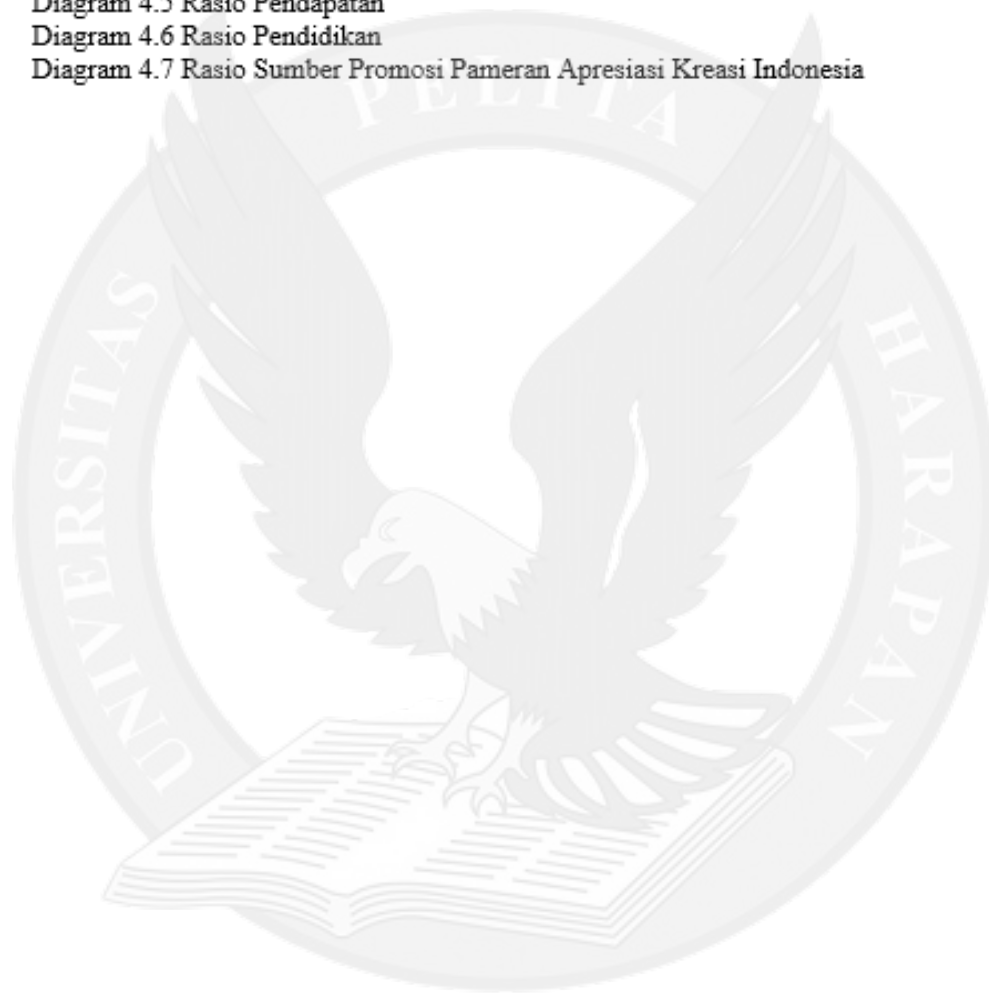
## DAFTAR ISI

HALAMAN KULIT	
HALAMAN SAMPUL	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.4 Kontribusi Penelitian	9
1.4.1 Kontribusi Teoritis	9
1.4.2 Kontribusi Manajerial	10
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Variabel Penelitian	12
2.1.1 Variabel Diferensiasi Produk	12
2.1.3 Variabel Ekuitas Merek	13
2.1.4 Variabel Faktor Budaya	14
2.1.5 Variabel Faktor Sosial	14
2.1.6 Variabel Faktor Pribadi	15
2.1.7 Variabel Faktor Psikologis	16
2.1.8 Variabel Keputusan Pembelian	16
2.2.1 Hubungan Diferensiasi Produk dengan Keputusan Pembelian	17
2.2.2. Hubungan Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian	18
2.2.3. Hubungan Ekuitas Merek dengan Keputusan Pembelian	19
2.2.4 Faktor Budaya dengan Keputusan Pembelian	20
2.2.5 Hubungan Faktor Sosial dengan Keputusan Pembelian	20
2.2.6 Hubungan Faktor Pribadi dengan Keputusan Pembelian	21
2.2.7 Hubungan Faktor Psikologis dengan Keputusan Pembelian	21
2.3 Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	24

3.1 Objek Penelitian	24
3.2 Unit Analisis	25
3.3 Jenis Penelitian	25
3.4 Skala Pengukuran	26
3.5 Tabel Pengukuran	26
3.5.1 Menentukan Ukuran Sampel	30
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.6 Metode Analisis Data	31
3.7 Statistik Deskriptif	32
3.8 Uji Instrumen Data	32
3.8.1 Uji Validitas	32
3.8.2 Uji Reliabilitas	33
3.9 Analisa Inner Model	33
3.9.1 Uji <i>Pretest</i>	34
3.9.2 Hasil Uji Validitas <i>Pretest</i>	34
3.9.2 Uji Reliabilitas	36
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Analisis	38
4.1.1 Data Diri Responden	39
4.1.2 Deskriptif Statistik	48
4.1.3 Evaluasi Outer Model	58
4.1.4 Evaluasi Inner Model	62
4.2 Diskusi	66
4.2.1 Hasil Uji Hipotesis	66
4.2.2 Importance-Performance Map Analysis (IPMA)	70
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan	74
5.3 Limitasi dan Saran Penelitian Selanjutnya	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>A</b>

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram1. 1 Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDB	2
Diagram1. 2 Kontribusi Subsektor Ekonomi Kreatif Terhadap PDB	3
Diagram 4.1 Rasio Jenis Kelamin	40
Diagram 4.2 Diagram Rasio Domisili	41
Diagram 4.3 Rasio Kelompok Usia	42
Diagram 4.4 Rasio Pekerjaan	43
Diagram 4.5 Rasio Pendapatan	44
Diagram 4.6 Rasio Pendidikan	46
Diagram 4.7 Rasio Sumber Promosi Pameran Apresiasi Kreasi Indonesia	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dokumentasi kegiatan Apresiasi Kreasi Indonesia	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	23
Gambar 4. 1 Importance Performance Map	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengukuran	27
Tabel 3. 2 Nilai Outer Loading, Uji Pretest	34
Tabel 3. 3 Nilai Uji Fornell-Larcker Criterion Pretest	36
Tabel 3. 4 Nilai Uji Realibilitas Pretest	37
Tabel 4. 1 Rasio Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Rasio Domisili Responden	41
Tabel 4. 3 Rasio Kelompok Usia	42
Tabel 4. 4 Tabel Rasio Pekerjaan	43
Tabel 4. 5 Rasio Pendapatan	45
Tabel 4. 6 Rasio Pendidikan	46
Tabel 4. 7 Rasio Sumber Promosi Pameran Apresiasi Kreasi Indonesia	47
Tabel 4. 8 Kategori Berdasarkan Nilai Rata-Rata	49
Tabel 4. 9 Diferensiasi Produk	50
Tabel 4. 10 Inovasi Produk	51
Tabel 4. 11 Ekuitas Merek	52
Tabel 4. 12 Faktor Budaya	53
Tabel 4. 13 Faktor Sosial	54
Tabel 4. 14 Faktor Pribadi	55
Tabel 4. 15 Faktor Psikologis	56
Tabel 4. 16 Keputusan Pembelian	57
Tabel 4. 17 Nilai Outer Loading uji Validitas Konvergen	58
Tabel 4. 18 Uji Fornell-Larcker Criterion	60
Tabel 4. 19 Uji Realibilitas	61
Tabel 4. 20 Uji Koefisien	63
Tabel 4. 21 Uji Hipotesis	64
Tabel 4. 22 Importance Performance	71