DAFTAR ISI

Halaman Judul……...i

Pernyataan……ii

Halaman Pengesahan……...iii

Halaman Pernyataan Telah Diuji……iv

Kata Pengantar……..v

Daftar Isi……viii

Daftar Tabel……...xiii

Daftar Gambar……...xiv

Daftar Lampiran…….……xv

Abstraksi……xvi

Abstract…….xvii

Bab I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah……1

1.2. Perumusan Masalah……...9

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian……..9

1.4. Sistematika Penulisan……..12

Bab II. Tinjauan Pustaka dan Hipotesis

2.1. Penelitian Terdahulu……14

2.2. Tinjauan Teoritis……..15

2.2.1. Perilaku Konsumen ……..……15

2.2.1.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen….....16

2.2.1.2. Sikap (*Attitudes*) sebagai Bagian dari Perilaku Konsumen.....18

2.2.2. Pengambilan Keputusan Konsumen…….....……19

2.2.3. Teori Kelompok Generasi : Generasi Y……24

2.2.4. Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen tentang Produk Merek Global……...25

2.2.4.1. *Cosmopolitanism*……25

2.2.4.1.1. *Cosmopolitanism* sebagai Konstruk……27

2.2.4.2. *Consumer Ethnocentrism*…….28

2.2.4.2.1. *Consumer Ethnocentrism* di Negara Maju dan Negara Berkembang……29

2.2.4.3. Kualitas Produk.....31

2.2.4.3.1. Pengertian Kualitas Produk.....31

2.2.4.3.2. Dimensi Kualitas Produk.....31

2.2.4.4. Pengaruh *Cosmopolitanism* terhadap *Relative Product Quality* di Negara Maju dan Negara Berkembang……...32

2.2.4.5. Pengaruh *Cosmopolitanism* terhadap *Consumer Ethnocentrism*…….34

2.2.4.6. Pengaruh *Cosmopolitanism* terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Pakaian Merek Global……35

2.2.4.7. Pengaruh *Consumer Ethnocentrism* terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Pakaian Merek Global……..36

2.3. Hipotesis……..37

2.4. Model Analisis…….38

Bab III. Metode Penelitian

3.1. Kerangka Penelitian.....40

3.2. Pendekatan Penelitian……..41

3.3. Identifikasi Variabel……41

3.4. Definisi Operasional Variabel…….41

3.5. Jenis dan Sumber Data…….45

3.6. Prosedur Pengumpulan Data……....46

3.6.1. Alat Pengumpulan Data……46

3.6.2. Metode Pengambilan Data……47

3.6.3. Populasi dan Sampel Penelitian……48

3.7. Teknik Analisis Data……..……49

Bab IV. Gambaran Umum Objek Penelitian……...…..52

Bab V. Analisis Data Penelitian……..…….57

5.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....57

5.2. Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Hasil Kuesioner…….61

5.2.1. Deskripsi Variabel *Cosmopolitanism*……62

5.2.2. Deskripsi Variabel *Relative Product Quality*…….....63

5.2.3. Deskripsi Variabel *Consumer Ethnocentrism*……...64

5.2.4. Deskripsi Variabel Perilaku Konsumen Generasi Y terhadap Produk Pakaian Merek Global……..66

5.3. Hasil Analisis *Partial Least Square* (PLS)……..68

5.3.1. Tahap *Measurement Model* (Pengujian *Outer Weight*)……68

5.3.2. Tahap Struktural Model (Pengujian *Inner Model*)……73

5.3.2.1. Koefisien *Estimate* dan Pengujian Hipotesis……...73

5.3.2.2. Pengujian Hipotesis……75

5.4. Pembahasan……76

5.4.1. Hubungan antara *Cosmopolitanism* dengan *Relative Product Quality*…76

5.4.2. Hubungan antara *Relative Product Quality* dengan Preferensi Konsumen Generasi Y……..77

5.4.3. Hubungan antara *Cosmopolitanism* dengan *Consumer Ethnocentrism*…78

5.4.4. Hubungan antara *Consumer Ethnocentrism* dengan Preferensi Konsumen Generasi Y……..79

5.4.5. Hubungan antara *Cosmopolitanism* dengan Preferensi Konsumen Generasi Y……81

5.5. Keterbatasan Penelitian……...82

Bab VI. Kesimpulan dan Saran

6.1. Kesimpulan…….....83

6.2. Saran……84

Daftar Pustaka…….87

Lampiran I.....98

Lampiran II.....101

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....57

Tabel 5.2. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....58

Tabel 5.3. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....58

Tabel 5.4. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....59

Tabel 5.5. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....60

Tabel 5.6. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....60

Tabel 5.7. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Marital Status.....61

Tabel 5.8. Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Hasil Kuesioner.....62

Tabel 5.9. Deskripsi Jawaban Variabel *Cosmopolitanism*.....63

Tabel 5.10. Deskripsi Jawaban Variabel *Relative Product Quality*.....64

Tabel 5.11. Deskripsi Jawaban Variabel *Consumer Ethnocentrism*.....66

Tabel 5.12. Deskripsi Jawaban Variabel Preferensi Konsumen Generasi Y terhadap Produk Pakaian Merek Global.....67

Tabel 5.13. Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian.....69

Tabel 5.14. Nilai Koefisien *Estimate* Antar Variabel.....73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Indeks Konsumsi *Fashion* di Indonesia ……...……...1

Gambar 1.2. Populasi Warga Negara Indonesia di Perkotaan.....4

Gambar 1.3. Perilaku Umum Masyarakat Indonesia…...…….….5

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual penelitian "*Domestic Consumption: Rational, Affective or Normative Choice*?".....14

Gambar 2.2. *Consumer Decision Making Process*.....19

Gambar 2.3. Model Perilaku Konsumen.....21

Gambar 2.4. Hierarki Kebutuhan oleh Maslow……...……22

Gambar 2.5. Model Pengambilan Keputusan Konsumen…….....23

Gambar 2.6. Model Hubungan Variabel *Cosmopolitanism, Consumer Ethnocentrism, Relative Product Quality* dan Preferensi Konsumen Generasi Y terhadap Produk Pakaian Merek Global....38

Gambar 3.1. Kerangka Penelitian.....…….....40

Gambar 5.1. Uji Struktural Model.....…….....72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian……..…….98

Lampiran 2. Hasil Analisa *Partial Least Square* (PLS).……...101