

**DAFTAR ISI**

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Batasan Penelitian.....	8
1.6. Sistematika Penulisan Skripsi .....	8
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1. Teori Atribusi .....	10
2.1.2. Pengertian Harga .....	11
2.1.3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	12
2.1.4. Peranan Harga .....	14
2.1.5. Persepsi Harga ( <i>Price Perceptions</i> ).....	14
2.1.6. <i>Value Consciousness</i> .....	17
2.1.7. <i>Price Consciousness</i> .....	18
2.1.8. <i>Coupon Proneness</i> .....	19
2.1.9. <i>Sale Proneness</i> .....	20

2.1.10.	<i>Price Mavenism</i> .....	21
2.1.11.	<i>Price – Quality Schema</i> .....	22
2.1.12.	<i>Price Sensitivity</i> .....	23
2.1.13.	<i>Brand Loyalty</i> .....	24
2.2.	Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis .....	26
2.2.1.	Pengaruh <i>Value Consciousness</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	26
2.2.2.	Pengaruh <i>Price Consciousness</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	27
2.2.3.	Pengaruh <i>Sale Proneness</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	28
2.2.4.	Pengaruh <i>Coupon Proneness</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	28
2.2.5.	Pengaruh <i>Price Mavenism</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	29
2.2.6.	Pengaruh <i>Price – Quality Schema</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	30
2.2.7.	Pengaruh <i>Prestige Sensitivity</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	30
2.3.	Penelitian Terdahulu .....	31
2.4.	Model Analisis .....	32
METODE PENELITIAN .....		34
3.1.	Pendekatan Penelitian .....	34
3.2.	Identifikasi Variabel .....	34
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	35
3.3.1.	<i>Value Consciousness</i> .....	35
3.3.2.	<i>Price consciousness</i> .....	35
3.3.3.	<i>Sale Proneness</i> .....	36
3.3.4.	<i>Coupon Proneness</i> .....	36
3.3.5.	<i>Price Mavenism</i> .....	37
3.3.6.	<i>Price – quality Schema</i> .....	38
3.3.7.	<i>Prestige Sensitivity</i> .....	38
3.3.8.	<i>Brand Loyalty</i> .....	39
3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	39
3.5.	Prosedur Pengumpulan Data .....	39
3.5.1.	Wawancara .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2.	Kuesioner .....	39
3.5.3.	Studi Kepustakaan .....	40

3.5.4.	Populasi Penelitian .....	41
3.5.5.	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.6.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	42
3.6.1.	Teknik Analisis.....	42
3.6.2.	Teknik Pengujian Hipotesis .....	48
BAB 4	.....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		49
4.1.	Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	49
4.2.	Data Responden.....	49
4.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian .....	51
4.3.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	52
4.4.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	58
4.4.1.	Menilai Outer Model .....	58
4.4.2.	<i>Discriminant Validity</i> .....	60
4.4.3.	Mengevaluasi <i>Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> 61	
4.4.4.	Uji Reliabilitas Kuesioner .....	62
4.4.5.	Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	63
4.4.6.	Hasil Analisis Uji Hipotesis .....	64
4.5.	Pembahasan.....	68
KESIMPULAN DAN SARAN .....		78
5.1.	Kesimpulan.....	78
5.2.	Saran .....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Profil Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 2: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 3: Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	51
Tabel 4: Profil Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	52
Tabel 5: Kategori Mean dari Skor Interval .....	53
Tabel 6: Statistik Deskriptif Variabel <i>Value Consciousness</i> .....	54
Tabel 7: Statistik Deskriptif Variabel <i>Price consciousness</i> .....	54
Tabel 8: Statistik Deskriptif Variabel <i>Sale Proneness</i> .....	55
Tabel 9: Statistik Deskriptif Variabel <i>Coupon Proneness</i> .....	55
Tabel 10: Statistik Deskriptif Variabel <i>Price mavenism</i> .....	56
Tabel 11: Statistik Deskriptif Variabel <i>Price – quality schema</i> .....	56
Tabel 12: Statistik Deskriptif Variabel <i>Prestige sensitivity</i> .....	57
Tabel 13: Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	58
Tabel 14: Uji <i>Outer Loadings</i> .....	59
Tabel 15: Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	61
Tabel 16: Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i> .....	62
Tabel 17: Uji R-square .....	63
Tabel 17: Hasil Uji <i>Path Coeficient</i> .....	64

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1: Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 2: <i>Loading Factor</i> .....	60
Gambar 3: Grafik Cronbach's Alpha.....	63