

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Skripsi.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2. Ciri Kepribadian.....	15
2.1.3. Kesadaran <i>Fashion</i>	18
2.1.4. Sensitivitas Prestise.....	19
2.1.5. Niat Beli.....	20
2.2. Hubungan antar Variabel.....	21
2.2.1. Ciri Kepribadian dengan Kesadaran <i>Fashion</i>	21
2.2.2. Kesadaran <i>Fashion</i> dengan Sensitivitas Prestise.....	22
2.2.3. Ciri Kepribadian dengan Sensitivitas Prestise.....	22
2.2.4. Sensitivitas Prestise dengan Niat Beli.....	24
2.3. Penelitian Sebelumnya.....	24
2.4. Hipotesis.....	27
2.5. Kerangka Berfikir.....	27

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Pendekatan Penelitian.....	29
3.2. Identifikasi Variabel.....	29
3.3. Definisi Operasional.....	30
3.3.1. Ciri Kepribadian.....	30
3.3.1.1. <i>Openness to Experience</i>	30
3.3.1.2. <i>Conscientiousness</i>	31
3.3.1.3. <i>Extraversion</i>	32
3.3.1.4. <i>Agreeableness</i>	32
3.3.1.5. <i>Neuroticism</i>	33
3.3.2. Kesadaran <i>Fashion</i>	34
3.3.3. Sensitivitas Prestise.....	34
3.3.4. Niat Beli.....	35
3.3.5. Skala Pengukuran.....	36
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	37
3.5. Prosedur Pengumpulan Data.....	38
3.5.1. Populasi Penelitian.....	39
3.5.2. Sampel Penelitian.....	40
3.6. Teknik Analisis.....	40
3.6.1. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	40
3.6.2. <i>Measurement Model Analysis</i>	42
3.6.2.1. Uji Validitas.....	42
3.6.2.2. Uji Reliabilitas.....	43
3.6.3. Langkah Pembentukan SEM.....	44
3.6.3.1. Pengembangan Model Berbasis Teori.....	44
3.6.3.2. Pengembangan Diagram Jalur.....	45
3.6.3.3. Konversi Diagram Jalur ke dalam Persamaan	45
3.6.3.4. Memilih Matriks Input dan Estimasi Model.....	46
3.6.3.5. Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	47
3.6.3.6. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	48
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	52
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
4.1.2. Deskripsi Tanggapan Responden.....	54
4.2. Analisis Model dan Pengujian Hipotesis.....	62
4.2.1. Analisis Model Pengukuran.....	63
4.2.1.1. Uji Validitas Konvergen.....	65
4.2.1.2. Uji Validitas Diskriminan.....	67
4.2.1.3. Uji Reliabilitas.....	68
4.2.2. Analisis Model Struktural.....	69
4.2.2.1. Uji Kesesuaian Model.....	69
4.2.2.2. Uji Hipotesis.....	71
4.3. Pembahasan.....	74
4.3.1. Pengaruh Ciri Kepribadian dengan Kesadaran <i>Fashion</i>	75
4.3.2. Pengaruh Kesadaran <i>Fashion</i> dengan Sensitivitas Prestise.....	75
4.3.3. Pengaruh Ciri Kepribadian dengan Sensitivitas Prestise.....	76
4.3.4. Pengaruh Sensitivitas Prestise dengan Niat Beli.....	77
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1. Simpulan.....	79
5.2. Saran.....	79
5.2.1. Saran Teoritis.....	79
5.2.2. Saran Praktis.....	80
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Pengukuran.....	37
Tabel 3.2	Teknik Estimasi.....	47
Tabel 3.3	Goodness of Fit Indices.....	50
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3	Kategori dari <i>Mean</i> dan Skor Interval.....	54
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Ciri Kepribadian.....	55
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Kesadaran <i>Fashion</i>	58
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Sensitivitas Prestise.....	60
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Niat Beli.....	62
Tabel 4.8	Hasil <i>Goodness of Fit Measurement Model</i>	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Konvergen.....	66
Tabel 4.10	Korelasi Antar Konstruk dan Nilai Akar Kuadrat dari AVE.....	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.12	Hasil <i>Goodness of Fit Full Structural Model</i>	70
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Regression Weight</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 4.1	<i>Measurement Model</i>	64
Gambar 4.2	<i>Full Structural Model</i>	69

