

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	17
1.1 Latar Belakang.....	17
1.2 Rumusan Masalah.....	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Manfaat Penelitian.....	27
1.5 Sistematika Penulisan.....	27
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	30
2.1 Landasan Teori.....	30
2.1.1 Kecenderungan Pembelian.....	30
2.1.2 <i>Luxury Brand</i> .....	33
2.1.3 <i>Luxury Brand Perception</i> .....	37
2.1.4 <i>Sosical Influences</i> .....	39
2.1.5 <i>Materialism</i> .....	41
2.1.6 <i>Vanity Seeking</i> .....	42
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	44
2.3 Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis.....	47
2.4 Hipotesis dan Kerangka Berpikir.....	52

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	55
3.1. Pendekatan Penelitian.....	55
3.2. Identifikasi Variabel .....	55
3.2.1 Variabel Independen .....	56
3.2.2 Variabel Dependen.....	56
3.2.3. Variabel Moderasi .....	56
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	57
3.3.1 <i>Luxury brand purchase intention</i> .....	57
3.3.2 <i>Luxury brand Perception</i> .....	58
3.3.3 <i>Social influences</i> .....	60
3.3.4 <i>Materalism</i> .....	61
3.3.5 <i>Vanity Seeking</i> .....	62
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	63
3.5. Populasi dan Sampel.....	64
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.7. Teknik Analisis Data .....	65
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	66
3.7.2 Pengujian Hipotesis H1, H2, H3 .....	66
3.7.3 Pengujian Hipotesis H4 dan H5 .....	67
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Obyek dan Subyek Penelitian.....	68
4.2 Karakteristik Responden .....	69
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Formal Terakhir .	71
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	73
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	73

4.3.1	Dekripsi Jawaban Atas Varibel <i>Luxury Brand Purchase Intention</i> ...	74
4.3.2	Dekripsi Jawaban Atas <i>Varibel Luxury Brand Perception</i> .....	75
4.3.3	Dekripsi Jawaban Atas Varibel <i>Social Influences</i> .....	76
4.3.4	Dekripsi Jawaban Atas Varibel <i>Materialism</i> .....	77
4.3.5	Dekripsi Jawaban Atas Variabel <i>Vanity Seeking</i> .....	78
4.4	Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Asumsi .....	79
4.4.1	Uji Validitas .....	79
4.4.1.1	Uji Validitas <i>Luxury Brand Purchase Intention</i> .....	79
4.4.1.2	Uji Validitas <i>Luxury Brand Perception</i> .....	80
4.4.1.3	Uji Validitas <i>Social Influences</i> .....	81
4.4.1.4	Uji Validitas <i>Materialism</i> .....	81
4.4.1.5	Uji Validitas <i>Vanity Seeking</i> .....	82
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	83
4.4.3	Uji Asumsi .....	84
4.4.3.1	Uji Normalitas .....	84
4.4.3.2	Heteroskedastisitas .....	85
4.4.3.3	Uji Multikolinearitas .....	86
4.5	Pengujian Hipotesis.....	86
4.5.1	Pengujian Hipotesis H1, H2 dan H3 .....	86
4.5.2	Pengujian Hipotesis H4 dan H5 .....	88
4.6	Pembahasan.....	90
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....		95
DAFTAR PUSTAKA .....		101
LAMPIRAN.....		104