

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1. Persepsi Harga (<i>Price Perception</i>).....	12
2.1.2. Citra Merek (<i>Brand image</i>).....	15
2.1.3. Dimensi Citra Merek	15
2.1.4. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	17
2.1.5. Dimensi Ekuitas Merek	18
2.1.6. Preferensi Merek (<i>Brand Preference</i>)	20
2.1.7. Dimensi Preferensi Merek	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III.....	37
OBJEK DAN METODE PENELITIAN	37

3.1	Objek Penelitian	37
3.2	Metode Penelitian.....	37
3.2.1.	Oprasionalisasi Variabel.....	37
3.2.2.	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3	Teknik analitis data.....	45
3.3.1	Pengembangan Model Berbasis Teori.....	46
3.3.2	Pengembangan Path Diagram	48
3.3.3	Konversi Path Kedalam Diagram.....	49
3.3.4	Memilih Matriks Input dan Persamaan Model	51
3.3.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	51
3.3.6	Asumsi SEM	52
3.3.7	Evaluasi Kinerja Kesesuaian Model (<i>Goodness-of-Fit</i>)	53
3.3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.3.9	Evaluasi Atas Regretion Weight Sebagai Pengujian Hipotesis	57
3.3.10	Intepretasi dan Identifikasi Model	57
BAB IV	58
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1.	Hasil Penelitian.....	58
4.1.1.	Karakteristik Responden	58
4.1.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	58
4.1.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.1.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	61
4.1.2.	Analisis Deskriptif Variabel.....	62
4.1.2.1.	Frekuensi Jawaban Variable Persepsi Harga	64
4.1.2.2.	Frekuensi Jawaban Variabel Citra Merek.....	66
4.1.2.3.	Frekuensi Jawaban Variabel Ekuitas Merek	70
4.1.2.4.	Frekuensi Jawaban Variabel Preferensi Merek.....	73
4.1.3.	Analisis Struktural Equation Modeling (SEM).....	76
4.1.3.1.	Uji Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)	77
4.1.3.1.1.	<i>Confoirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	77
4.1.3.1.2.	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	79
4.1.3.2.	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	81

4.1.3.2.1.	Uji Normalitas	82
4.1.3.2.2.	Uji Sampel	83
4.1.3.2.3.	Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	83
4.1.3.2.4.	Evaluasi <i>Multivariate Outliers</i>	83
4.1.3.2.5.	Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas	84
4.1.3.3.	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	84
4.1.3.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	87
4.1.3.4.1.	Uji Validitas.....	87
4.1.3.4.2.	Uji Reliabilitas	89
4.1.3.5.	Pengujian Hipotesis.....	92
4.1.3.6.	Intrepetasi dan Modifikasi Model	95
4.1.3.7.	Pengujian Mediasi Variabel.....	95
4.2.	Pembahasan.....	96
4.2.1.	Persepsi Harga, Citra Merek, Ekuitas Merek, Dan Preferensi Merek Pada Pengguna Kendaraan Mewah.....	96
4.2.2.	Peran Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Pada Pengguna Kendaraan Mewah.	97
4.2.3.	Peran Persepsi Harga Terhadap Ekuitas Merek Pada Pengguna Kendaraan Mewah.....	98
4.2.4.	Peran Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Pengguna Kendaraan Mewah	99
4.2.5.	Peran Citra Merek Terhadap Preferensi Merek Pada Pengguna Kendaraan Mewah.....	102
4.2.6.	Peran Ekuitas Merek Terhadap Preferensi Merek Pada Pengguna Kendaraan Mewah.....	103
BAB V.....		106
SIMPULAN DAN SARAN		106
5.1.	Simpulan.....	106
5.2.	Saran.....	106
1.	Saran Bagi Praktisi	106
2.	Saran Bagi Akademisi	107
DAFTAR PUSTAKA		109
LAMPIRAN		123

DAFTAR GAMBAR

1.1 Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2022 dan Prediksi Pertumbuhan Ekonomi 2023-2024.....	2
3.1 Path Diagram.....	49
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	61
4.5 <i>Confirmatory Analysis</i> Variabel Eksogen	77
4.6 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	79
4.7 Hasil Uji Full Model SEM	85

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu	22
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	38
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian	46
3.3	Model Persamaan Struktural	50
3.4	Model Pengukuran.....	50
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit Index</i>).....	55
4.1	Analisis Statistik Variabel Persepsi Harga	64
4.2	Analisis Statistik Variabel Citra Merek.....	67
4.3	Analisis Statistik Variabel Ekuitas Merek	70
4.4	Analisis Statistik Variabel Preferensi Merek	74
4.5	<i>Regression Weight Confirmatory Factor</i> Variabel Eksogen.....	78
4.6	<i>Regression Weight Confirmatory Factor</i> Variabel Endogen	81
4.7	Uji Normalitas	82
4.8	Uji <i>Full Model Goodness of fit</i> SEM.....	85
4.9	Uji Validitas	87
4.10	Uji hipotesis	92
4.11	Pengaruh Variabel	92

DAFTAR LAMPIRAN

1.1	Jadwal Kegiatan Penelitian 2022-2023	123
1.2	Kuisisioner Penelitian.....	123
1.3	Data Hasil Kuisisioner Penelitian.....	129
1.4	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	133
1.5	Evaluasi Goodnes-Off-Fit	141
1.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas	144
1.7	Estimate Regression Weight.....	145
1.8	Interpretasi Dan Modifikasi Model	147
1.9	Pengujian variabel mediasi (estimasi bootstrap)	148
1.10	LembarPersetujuanPerbaikan(Revisi)Skripsi.....	150