

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	9
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	9
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 <i>Aesthetic Value</i>	10
2.1.1.1 Pengertian <i>Aesthetic Value</i>	10
2.1.1.2 Indikator <i>Aesthetic Value</i>	11
2.1.2 <i>Brand Distinctiveness</i>	13
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Distinctiveness</i>	13
2.1.2.2 Indikator <i>Brand Distinctiveness</i>	14
2.1.3 <i>Purchase Intention</i>	16
2.1.3.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i>	16
2.1.3.2 Indikator <i>Purchase Intention</i>	18

2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3 Hipotesis.....	26
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Objek Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.2.1 Operasionalisasi Penelitian.....	28
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.2.2.2 Populasi Sasaran.....	31
3.2.2.3 Penentuan Sampel.....	31
3.2.3 Model Penelitian.....	32
3.2.4 Teknik Analisis Data.....	33
3.2.4.1 Analisis Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	33
3.2.4.1.1 Pengembangan Model Berbasis Teori.....	33
3.2.4.1.2 Pengembangan <i>Path</i> <i>Diagram</i>	34
3.2.4.1.3 Memilih Matriks <i>Input</i> dan Estimasi Model.....	37
3.2.4.1.4 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	37
3.2.4.1.5 Asumsi <i>Structural Equation</i> <i>Modelling</i> (SEM).....	38
3.2.4.1.6 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	39
3.2.4.1.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.2.4.1.8 Evaluasi dan <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis.....	42
3.2.4.1.9 Interpretasi dan Modifikasi Model....	43
3.2.4.2 Analisis Data Sobel <i>Test</i>	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	45
4.1.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	47
4.1.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Kunjungan.....	49
4.1.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	50
4.1.2.1 Uji <i>Measurement Model</i> (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	50
4.1.2.1.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	51
4.1.2.1.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	52
4.1.2.2 Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM.....	55
4.1.2.2.1 Uji Normalitas.....	55
4.1.2.2.2 Uji Sampel.....	55
4.1.2.2.3 Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	56
4.1.2.2.4 Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	56
4.1.2.2.5 Evaluasi Multikolinieritas dan Singularitas.....	57
4.1.2.3 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	57
4.1.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.1.2.5 Uji Hipotesis.....	62
4.1.2.6 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	64
4.1.3 Analisis Sobel <i>Test</i>	65
4.2 Pembahasan.....	66
4.2.1 Pengaruh <i>Aesthetic Value</i> terhadap <i>Brand Distinctiveness</i> pada Pelanggan IKEA.....	66

4.2.2 Pengaruh <i>Brand Distinctiveness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Pelanggan IKEA.....	67
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Distinctiveness</i> dalam Memediasi Hubungan antara <i>Aesthetic Value</i> dengan <i>Purchase Intention</i> ..	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Simpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
DAFTAR LAMPIRAN.....	84
BIODATA PENULIS.....	104

DAFTAR GAMBAR

1.1	Data penjualan IKEA.....	5
3.1	Model Penelitian.....	32
3.2	<i>Path Diagram</i> Penelitian.....	35
4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	47
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Kunjungan.....	49
4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	51
4.6	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	53
4.7	Hasil Uji Full Model SEM.....	58

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu.....	19
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	28
3.2	Variabel dan Konstruk Variabel.....	34
3.3	Model Persamaan Struktural.....	36
3.4	Model Pengukuran.....	37
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit</i>)...	41
4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	52
4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	54
4.3	Uji Normalitas.....	55
4.4	Hasil Uji <i>Goodness-of-fit</i> Model.....	58
4.5	Uji Validitas.....	60
4.6	Uji Signifikansi Koefisien.....	62
4.7	Pengaruh Variabel.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Jadwal Penelitian.....	84
2.	Kuesioer Penelitian.....	85
3.	Data Hasil Kuesioner.....	89
4.	Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM.....	94
5.	Matriks Kovarian.....	98
6.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	100
7.	<i>Estimate Regression Weight</i>	101
8.	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	102
9.	Uji Sobel <i>Test</i>	103