

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GRAFIK .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian .....	20
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian .....	20
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian .....	21
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian .....	21
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	22
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	22
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	23
BAB 2. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka .....	25
2.1.1 Motivasi Konsumen ( <i>Customer Motivation</i> ) .....	25
A. Pengertian Motivasi Konsumen .....	25
B. Tujuan Motivasi Konsumen .....	27
2.1.2 Citra Merek .....	32
2.1.3 Persepsi Harga .....	37
2.1.4 Kelompok Referensi .....	42
A. Definisi Kelompok Referensi .....	42
B. Jenis-Jenis Kelompok Referensi .....	43
C. Indikator Kelompok Referensi .....	44
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	47

2.2 Penelitian Terdahulu .....	50
2.3 Kerangka Pemikiran .....	57
2.4 Hipotesis Penelitian .....	62
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	63
3.2 Variabel Penelitian .....	64
3.2.1 Definisi Operasional Variabel .....	65
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	69
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	70
3.3.1 Populasi Penelitian .....	70
3.3.2 Sampel Penelitian .....	71
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	72
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	73
3.6 Metode Analisis Data .....	74
3.6.1 Analisis Data Kualitatif .....	74
3.6.2 Analisis Data Kuantitatif .....	75
3.6.2.1 Uji Validitas .....	75
3.6.2.2 Uji Realibilitas .....	76
3.6.3 Analisis SEM ( <i>Structural Equation Model</i> ) .....	77
3.6.3.1 Konversi SEM .....	78
3.6.3.2 Tahap-Tahap SEM .....	80
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	85
<b>BAB 4. PEMBAHASAN DAN ANALISA</b>	
4.1 Parfum .....	87
4.1.1 Pengertian Parfum .....	87
4.1.2 Fungsi Parfum .....	87
4.1.3 Sejarah Singkat Parfum .....	88
4.1.4 Tingkat Konsentrat Parfum .....	88
4.1.5 Parfum Original dan NonOriginal/Refill .....	90
4.1.6 Pembagian dan Sumber Parfum .....	91
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	93

4.2.1	Karakteristik Demografis Responden .....	93
4.3	Hasil Penelitian .....	95
4.3.1	Analisis Kecocokan Model Pengukuran .....	96
4.3.2	Uji Validitas dan Realibilitas SEM .....	96
4.3.3	Analisis Kecocokan Model Struktural .....	101
4.3.4	Uji Kecocokan Model Struktural .....	103
4.3.5	Pengujian Hipotesis .....	106
4.4	Pembahasan Uji Hipotesis .....	109
4.4.1	Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	109
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	111
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	113
4.4.4	Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	115
BAB 5.	KESIMPULAN DAN SARAN .....	119
5.1	Kesimpulan .....	119
5.2	Saran .....	120
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	122
DAFTAR	PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN	.....	131