

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Tinjauan Pustaka.....	17
1.5.1 Tinjauan Teoritik.....	17
1.5.2 Tinjauan Empirik	32
1.6 Hubungan antar Variabel	44
1.7 Kerangka Pemikiran.....	52
1.8 Hipotesis	54
1.9 Definisi Konsep dan Operasional	55
1.10 Metode Penelitian	59
1.10.1 Tipe Penelitian	59
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	59
1.10.3 Lokasi Penelitian.....	59
1.10.4 Sumber Data.....	59
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	60
1.10.6 Populasi dan Sampel	61

1.10.7 Uji Instrumen	62
1.10.8 Teknik Analisis Data.....	63
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	68
2.1 Sejarah Produk Somethinc	68
2.2 Produk Somethinc	69
2.3 Logo dan <i>tagline</i> Somethinc	73
2.4 Jaringan distribusi Somethinc	74
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	76
3.1 Karakteristik Responden.....	76
3.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	76
3.2.1 Uji Validitas	76
3.2.2 Uji Reliabilitas	78
3.3 Analisis Deskriptif	79
3.3.1 Deskriptif Variabel Motivasi.....	80
3.3.2 Deskriptif Variabel Kelompok Referensi.....	84
3.3.3 Deskriptif Variabel Minat Beli.....	91
3.3.4 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	94
3.4 Analisis Data.....	99
3.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	99
3.4.2 Convergent Validity	99
3.4.3 Discriminant Validity.....	101
3.4.4 Composite Reliability.....	104
3.4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	105
3.4.6 Pengujian R Square.....	105
3.4.7 Perhitungan Menggunakan Q Square.....	106
3.4.8 Perhitungan Goodness of Fit (GoF)	107
3.5 Pengujian Hipotesis	107
3.6 Pembahasan.....	112
3.6.1 Pengaruh Motivasi terhadap Minat Beli.....	112
3.6.2 Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Minat Beli.....	113
3.6.3 Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian.....	114

3.6.4	Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian	114
3.6.5	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	115
3.6.6	Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	115
3.6.7	Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli	116
BAB IV PENUTUP		118
1.11	Kesimpulan	118
1.12	Saran	120
DAFTAR PUSTAKA		122
LAMPIRAN.....		126