TESIS

ANALISIS PENGARUH *BRAND CONSCIOUSNESS, MATERIALISM, SOCIAL COMPARISON, FASHION INNOVATIVENESS, FASHION INVOLVEMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENT OF LUXURY FASHION GOODS* MELALUI *ATTITUDE TOWARDS PURCHASING LUXURY FASHION GOODS* PADA KONSUMEN MICHAEL KORS DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik

guna memperoleh gelar Sarjana Strata Dua Magister Manajemen

Oleh:

Nama : DESTYARINI PRIHASTININGTYAS

NPM : 02619170010

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PELITA HARAPAN

SURABAYA

2019

UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa	: Destyarini Prihastiningtyas
Nomor Pokok Mahasiswa	: 02619170010
Jurusan	: Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul "**ANALISIS PENGARUH *BRAND CONSCIOUSNESS, MATERIALISM, SOCIAL COMPARISON, FASHION INNOVATIVENESS, FASHION INVOLVEMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENT OF LUXURY FASHION GOODS* MELALUI *ATTITUDE TOWARDS PURCHASING LUXURY FASHION GOODS* PADA KONSUMEN MICHAEL KORS DI SURABAYA"** adalah :

1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar magister di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 21 Desember 2018

Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL

3D648AFF585353521

6000 ENAM RIBU RUPIAH

(Dest tyas)

UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *BRAND CONSCIOUSNESS, MATERIALISM, SOCIAL COMPARISON, FASHION INNOVATIVENESS, FASHION INVOLVEMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENT OF LUXURY FASHION GOODS* MELALUI *ATTITUDE TOWARDS PURCHASING LUXURY FASHION GOODS* PADA KONSUMEN MICHAEL KORS DI SURABAYA

Oleh :

Nama	**: Destyarini Prihastiningtyas**
NPM	**: 02619170010**
Jurusan	**: Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Magister Strata Dua Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 21 Desember 2018

Menyetujui:

Pembimbing Utama	**Co-Pembimbing/Supervisor**
Dr. Ronald S.T., M.M.	Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.
Ketua Jurusan Manajemen	**Executive Director**
Yanuar Danjaya B., SC., M.M.	Dr. Ronald S., S.T., M.M.

UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada hari Jumat tanggal 04 Januari 2019 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Magister Strata Dua Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

atas nama :

Nama	**: Destyarini Prihastiningtyas**
NPM	**: 02619170010**
Jurusan	**: Manajemen**

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH *BRAND CONSCIOUSNESS, MATERIALISM, SOCIAL COMPARISON, FASHION INNOVATIVENESS, FASHION INVOLVEMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENT OF LUXURY FASHION GOODS* MELALUI *ATTITUDE TOWARDS PURCHASING LUXURY FASHION GOODS* PADA KONSUMEN MICHAEL KORS DI SURABAYA**" oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	**Status**	**Tanda tangan**
Dr. Ronald S.T., M.M.	sebagai Ketua/ Pembimbing	
Yanuar Danjaya B., SC., M.M.,	sebagai Penguji Pertama	
Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M.	sebagai Penguji Kedua	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Magister Strata Dua Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hari penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitia ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar pehatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya, serta selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran, semangat serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Yanuar Danjaya B., SC., M.M., Selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Kedua orang tua saya, dan saudara-saudari saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan kesabaran dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Mochammad Dimas Wicaksono yang sudah banyak membantu saya dalam memberi dukungan dan membantu serta senantiasa mendoakan untuk kelancaran dalam penelitian ini.

6. BETCHA , yang sudah banyak membantu, memberi banyak masukan serta mendukung dalam penelitian ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 19 Januari 2019

Destyarini Prihastiningtyas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ……..i
DAFTAR ISI ii
HALAMAN JUDUL …… i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR ……. ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING …… iii
ABSTRAK …… iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR vi
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR LAMPIRAN …….. viii
BAB I PENDAHULUAN .....
1.1 Latar Belakang Masalah.....1
1.2 Batasan Penelitian….....10
1.3 Rumusan Masalah.....11
1.4 Tujuan Penelitian.....12
1.5 Manfaat Penelitian.....13
1.5.1 Manfaat Teoritis……...13
1.5.2 Manfaat Praktis……..…13
1.6 Sistematika Penulisan ……14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS
2.1 Landasan Teori.....15
2.1.1 *Purchase Intent of Luxury Fahion Good*.....15
2.1.2 *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*.....16
2.1.3 *Brand Consciousness*…….....17
2.1.4 *Materialism*……..…….....19
2.1.5 *Social Comparison*…….....…….....21
2.1.6 *Fashion Innovativeness*……..22
2.1.7 *Fashion Involvement*……..…22
2.2 Penelitian Terdahulu 24
2.3 Pengembangan Hipotesis 25
2.4 Model Penelitian 29
2.5 Bagan Alur Berpikir 30

BAB III METODE PENELITIAN .....
3.1 Jenis Penelitian 32
3.2 Populasi Dan Sampel 33
3.2.1 Populasi 33
3.2.2 Sampel 33
3.3 Metode Pengumpulan Data.....35
3.4 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel 37
3.5 Metode Analisis Data 39
3.5.1 Uji Realibitas 48
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ……... 50
4.1 Gambaran Umum ……..……. 50
4.2 Analisis Data ……... 51
4.2.1 Statistik Deskriptif ……..…….……... 51
4.2.1.1 Karakteristik Responden …….…... 51
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia …..…. 52
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin …….….. 52
4.2.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan ……..…….…….. 53
4.2.1.5 Tanggapan Responden ……. 54
4.2.1.5.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel *Brand Consciousness*……..... 55
4.2.1.5.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel *Materialism*…. 56
4.2.1.5.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel *Social Comparison*……. 57
4.2.1.5.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel *Fashion Innovativeness*……. 58
4.2.1.5.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel *Fashion Involvement*……. 59
4.2.1.5.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel *Attitude*

Towards Purchasing Luxury Fashion Goods……. 60
4.2.1.5.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel *Purchase Intent of Luxury Fahion Goods*…… 61
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel……..…… 62
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap *Brand Consciousness*.……..……..… 60
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap *Materislism*..…...…. 63
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap *Social Comparison*……..…… 65
4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap *Fashion Innovativeness*……..…… 66
4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap *Fashion Involvement*……..…… 67
4.2.2.6 Penjelasan Responden Terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods* …… 68
4.2.2.7 Penjelasan Responden Terhadap *Purchase Intent of Luxury Fashion Goods*…… 69
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data…… 70
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data……..….. 72
4.2.3.2 Evaluasi Ouliers……... 73
4.2.3.2.1 Univariate Outliers…… 73
4.2.3.2.2 Multivariate Outliers……. 74
4.2.4 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity……... 75
4.3 Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*)……. 75
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen……... 76
4.3.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen…….. 78
4.4 Analisis *Full Structural Equation Modeling*……... 80
4.4.1 *Full Structural Equation Modeling* Pada Model…… 80
4.4.2 *Regression Weights Full Structural Equation Modeling*.. 82
4.5 Uji *Reliability* dan *Variance Extra* ……..……. 84
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis ……..…..... 86

4.7 Pembahasan……..... 87
4.7.1 Pembahasan Perhipotesis……... 90
4.7.1.1 Pembahasan Pengaruh *Brand Consciousness* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*.. 90
4.7.1.2 Pembahasan Pengaruh *Materialism* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*……..…… 91
4.7.1.3 Pembahasan Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*… 91
4.7.1.4 Pembahasan Pengaruh *Fashion Innovativeness* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*…... 92
4.7.1.5 Pembahasan Pengaruh *Fashion Involvement* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*…… 94
4.7.1.6 Pembahasan Pengaruh *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods* terhadap *Purchase Intent of Luxury Fashion Good*…… 94
4.7.2 Pembahasan Perindikator……... 95
BAB V KESIMPULAN …….. 106
5.1 Simpulan ……. 106
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis ……. 107
5.1.1.1 Pengaruh *Brand Consciousness* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*.....…….. ……. 107
5.1.1.2 Pengaruh *Materialism* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*……..... 107
5.1.1.3 Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*……..…….. 108
5.1.1.4 Pengaruh *Fashion Innovativeness* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods* …….. 109
5.1.1.5 Pengaruh *Fashion Involvement* terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*……... 109
5.1.1.6 Pengaruh *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods* terhadap *Purchase Intent of Luxury Fashion Goods*….. 110
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian ……... 111

5.2 Implikasi ……...…..…. 112
5.2.1 Implikasi Teoritis ……..…. 112
5.2.2 Implikasi Manajerial ……..…… 113
5.3 Rekomendasi ……...….. 119

DAFTAR PUSTAKA..... 120
LAMPIRAN A...... A-1
LAMPIRAN B……. B-1
LAMPIRAN C……. C-1

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Harga tas Michael Kors….. …… 7
GAMBAR 1.2 Artis menggunakan Michael Kors...…… 7
GAMBAR 1.3 Michael Kors di majalah wanita …...……..…… 8
GAMBAR 3.1 Diagram Alur Pemikiran Kerangka Teoritis..……. 43
GAMBAR 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Umur..... 52
GAMBAR 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin……. 53

GAMBAR 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan… 54

GAMBAR 4.4 *Confirmatory Analysis* Variabel *Brand Consciousness, MaterialisM, Social Comparison, Fashion Innovativeness, Fashion Involvement*……
77
GAMBAR 4.5 *Confirmatory Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods, Purchase Intent of Luxury Fashion Goods*..……. 79

GAMBAR 4.6 *Full Structural Equation Model* Pada Model…….. 80

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Desain Inti Kuisioner…….…….. 36
TABEL 3.2 Definisi Operasional Variabel……,,……... 37
TABEL 3.3 Keterangan Indikator Konstruk……. ……..…….. 41
TABEL 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk…….…….. 43
TABEL 3.5 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model
(*Goodness of Fit Index*)…….……..…….. 47
TABEL 4.1 Responden Berdasarkan Umur…..…….. 51
TABEL 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..……... 52
TABEL 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan…...…...……. 53
TABEL 4.4 Derajat Penilaian Setiap Variabel..……...…… 55
TABEL 4.5 Tanggapan Responden terhadap *Brand Consciousness*…… 55
TABEL 4.6 Tanggapan Responden terhadap *Materialism*…...…… 56
TABEL 4.7 Tanggapan Responden terhadap *Social Comparison*…….. 57
TABEL 4.8 Tanggapan Responden terhadap *Fashion Innovativeness*..…..… 58
TABEL 4.9 Tanggapan Responden terhadap *Fashion Involvement*……..… 59
TABEL 4.10 Tanggapan Responden terhadap *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*…….…...……. 60
TABEL 4.11 Tanggapan Responden terhadap *Purchase Intent of Luxury Fashion Goods*……..…… 61
TABEL 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi *Brand Consciousness*..……...…… 62
TABEL 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi *Materialism*…….…….…….…… 63
TABEL 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel *Social Comparison*……..…….…… 65
TABEL 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel *Fashion Innovativeness*……...…….…… 66
TABEL 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Fashion Involvement*……..……...…… 67
TABEL 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*……. 68
TABEL 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Purchase Intent of Luxury Fashion Goods*……...… 69
TABEL 4.19 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model
(*Goodness of Fit Index*)…….…….… 72
TABEL 4.20 Hasil Uji Normalitas Data……... 72
TABEL 4.21 Statistik Deskriptif Z-Scor\.....……. 74

TABEL 4.22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading …..……. 77

TABEL 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading…….. 79

TABEL 4.24 Indek Pengujian Kelayakan pada Model …….……. 81

TABEL 4.25 *Regression Weights Full Structural Equation Model*.. 82

TABEL 4.26 Uji *Reliability* dan *Variance Extra*…….……. 84

TABEL 4.27 Hasil Uji Hipotesis…….……..……..… 85

TABEL 4.28 Nilai *Factor Loading* dan *mean* per indikator dari variabel *Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods*…….… 94

TABEL 4.29 Nilai *Factor Loading* dan *mean* per indikator dari variabel *Fashion Involvement*……...……...… 95

TABEL 4.30 Nilai *Factor Loading* dan *mean* per indikator dari variabel *Social Comparison*…… 97

TABEL 4.31 Nilai *Factor Loading* dan *mean* per indikator dari variabel *Fashion Innovativeness*……. 98

TABEL 4.32 Nilai *Factor Loading* dan *mean* per indikator dari variabel *Brand Consciousness*……. 99

TABEL 4.33 Nilai *Factor Loading* dan *mean* per indikator dari variabel *Materialism*……... 101

TABEL 4.34 Nilai *Factor Loading* dan *mean* per indikator dari variabel *purchase intent of luxury fashion goods*……. 103

TABEL 5.1 Simpulan Hipotesis……. 106

TABEL 5.2 Implikasi Teoritis…….……. 112

TABEL 5.3 Implikasi Manajerial……. 116

DAFTAR TABEL

LAMPIRAN 3.1 Statistik Deskriptif…….. C-1

LAMPIRAN 3.2 Frequency……... C-1

LAMPIRAN 3.3 Statistik Deskriptif (Z-Score)…...…….. C-8

LAMPIRAN 3.4 Uji Normalitas…….. C-9

LAMPIRAN 3.5 Uji Multivariate Outlier…… C-10

LAMPIRAN 3.6 Hasil *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)……. C-12

LAMPIRAN 3.7 Hasil *Structural Equation Modeling* (SEM)…….. C-15

LAMPIRAN 3.8. Perhitungan Construct Reliability dan Variance Extracted.. C-25