

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	13
1.4 Sistematika Penelitian .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	16
2.1.2 Fear of Missing Out (FOMO) .....	18
2.1.3 <i>Co-Branding</i> .....	20
2.1.4 <i>Odd-ending Price</i> .....	26
2.1.5 <i>Purchase Intention</i> .....	28
2.1.6 <i>Purchase Decision</i> .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	35

2.3 Hubungan Antar Variabel .....	38
2.4 Kerangka Berpikir .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel .....	42
3.1.1 Variabel Penelitian .....	42
3.1.2 Definisi Operasional.....	42
3.2 Populasi Dan Sampel .....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	46
3.5 Metode Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	54
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	55
4.1.3 Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.1.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.1.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.1.6 Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Sebulan .....	57
4.1.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Aerostreet.....	58
4.2 Uji Instrumen Penelitian .....	59
4.2.1 Validitas Data.....	59
4.2.2 Normalitas Data .....	61
4.2.3 Uji Outlier .....	63

4.2.4 Uji Multikolinearitas .....	64
4.2.5 Uji Nilai Residual.....	66
4.2.6 Uji Reliabilitas CR & AVE.....	66
4.3 Analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	69
4.3.1 Uji CFA Variabel Eksogen .....	69
4.3.2 Uji CFA Variabel Endogen.....	72
4.3.3 Analisis Full Model SEM.....	74
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	75
4.5 Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	81
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Implikasi Teoritis .....	86
5.3 Implikasi Manajerial .....	88
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.5 Agenda Penelitian Mendatang .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN.....	85

**FEB UNDIP**