

**Pengaruh *Need For Uniqueness, Materialism, Status Consumption, Dan Affective Response Terhadap Repurchase Intention* Barang-barang Mewah Di Surabaya**

**Jane Frederica**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya  
Jane.frederica@gmail.com

**Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Need for Uniqueness, Materialism, Status Consumption* dan *Affective Response* terhadap *Repurchase Intention* barang-barang mewah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, dimana sampel berupa responden yang memiliki pengalaman membeli dan menggunakan barang-barang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Analisis dalam penelitian ini dengan menggunakan model SEM (*Structural Equation Modeling*) dan diolah menggunakan *software* SPSS versi 18.0 *for Windows* serta Amos 22 untuk pengujian model *Measurement* dan *Structural*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Need for Uniqueness* dan *Materialism* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada *Status Consumption*. *Status Consumption* dan *Materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Affective Response* dan *Affective Response* berpengaruh positif dan signifikan pada *Repurchase Intention*. Sedangkan *Status Consumption* tidak berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*.

Kata kunci: *Status Consumption, Affective Response, Luxury, Repurchase Intention*

**ABSTRACT**

*This study aimed to test the influence of Need for Uniqueness, Materialism, Status Consumption and Affective Response toward Repurchase Intention of luxury goods. This type of research is causal research with quantitative approach. This study used purposive sampling approach, which the sample consists of respondents*

*who have bought and used luxury goods. Respondents in this study amounted to 150 people. The analysis in this study used a model of SEM (Structural Equation Modeling) and processed using SPSS software version 18.0 for Windows and Amos 22 for testing Measurement and Structural Model. The result indicates that the Need for Uniqueness and Materialism have a positive and significant impact on Status Consumption. Status Consumption and Materialism have a positive and significant effect on Affective Response and Affective Response has a positive and significant impact on Repurchase Intention. While Status Consumption doesn't have effect towards Repurchase Intention.*

*Keywords: Status Consumption, Affective Response, Luxury, Repurchase Intention*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan bidang *fashion*, dimana tercatat pada tahun 2013 lalu, bidang *fashion* menyumbang 27% atau sebesar 181.570,3 triliun dari keseluruhan industri kreatif di tanah air. Sedangkan pada tahun 2014 tercatat bidang *fashion* menyumbang 30% dari total keseluruhan kontribusi industri kreatif (<http://female.kompas.com/>)

Masyarakat Indonesia tercatat memiliki tingkat konsumsi tertinggi di dunia dengan indeks kepercayaan konsumen sebesar 124 poin berdasarkan laporan dari *The Nielsen Global Survey of Consumer Confidence dan Spending*. Hal ini menunjukkan Indonesia menjadi negara yang paling sering melakukan kegiatan belanja mengalahkan negara-negara Eropa lainnya. banyak ritel *fashion* asing yang masuk ke Indonesia disebabkan karena pertumbuhan kelas menengah atas dan daya beli konsumen lokal dalam 15-20 tahun mendatang (<http://mix.co.id/>)

Surabaya semakin diperhitungkan oleh pebisnis ritel. Tidak saja peritel nasional, melainkan juga peritel internasional, seiring pertumbuhan ekonomi yang berada pada posisi 7 persen hingga 7,5 persen selama tiga tahun terakhir. Hal ini, menurut Associate Director Research Colliers International Indonesia, Ferry Salanto, menstimulasi nama-nama besar dalam jaringan ritel internasional lebih antusias

melakukan ekspansi di pasar Surabaya. masyarakat Surabaya juga dikenal royal dan gila belanja. Setidaknya itu yang dinilai oleh sejumlah asosiasi pariwisata negara-negara Eropa dan Asia, seperti Hongkong, China, Korea Selatan dan Swiss yang membuka cabang di Surabaya.

## **METODE PENELITIAN**

Jika ditinjau dari tujuannya, penelitian ini termasuk dalam *basic research* karena tidak bertujuan untuk mendapatkan solusi terhadap suatu permasalahan tertentu dari sebuah perusahaan, akan tetapi digunakan untuk mengembangkan dan memperluas batasan dari ilmu pengetahuan secara umum dan memverifikasi teori atau mengetahui lebih lanjut mengenai konsep yang digunakan dalam penelitian (Jogiyanto., 2011: 7).

Jenis dari penelitian ini adalah kausal, yaitu bertujuan untuk mencari tahu pola hubungan sebab-akibat dari hubungan variabel (Zikmund, 2009: 16). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi *need for uniqueness, materialism, status consumption, affective response* dan *repurchase intention*.

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif karena tergabung dalam pengukuran secara numerik dan menggunakan pendekatan analisis. Penelitian ini membutuhkan jumlah responden yang banyak namun tidak terlalu membutuhkan interpretasi (Zikmund, 2009: 134-135). Dalam penelitian ini, variabel eksogen (*exogenous variable*) ada 2 (dua) yaitu *need for uniqueness* dan *materialism*. Sedangkan variabel endogen (*endogenous variable*) dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) yaitu *status consumption, affective response* dan *repurchase intention*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik survei melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner secara *online* melalui fitur *google document* pada situs docs.google.com.

Sumber data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah data primer. Data primer didapat dengan menyusun kuesioner sesuai dengan jurnal acuan. Langkah selanjutnya yaitu memulai aktivitas survei dengan mencari responden dan

menyebarkan kuesioner yang terstruktur dan mudah dipahami kepada orang-orang yang pernah membeli barang fashion mewah di Surabaya.

Aras dan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan aras interval yaitu aras pengukuran yang memiliki jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala. Alternatif jawaban pada aras interval disusun skala pengukuran *numerical scale* yang ditujukan untuk membuat responden memberikan penilaian pada pernyataan yang akan diukur dalam 7 skala jenjang, seperti berikut:

Sangat Tidak Setuju    1   2   3   4   5   6   7    Sangat Setuju

Target populasi penelitian ini adalah orang-orang yang pernah membeli barang fashion mewah dalam 1 tahun terakhir. Karakteristik responden adalah yang pernah membeli barang fashion mewah dalam 1 tahun terakhir sebanyak minim 3x, berpendidikan minimal SMA dan berdomisili di Surabaya. Target populasi tersebut ditetapkan karena peneliti berdomisili di Surabaya, dan dengan pertimbangan agar responden dapat mengerti terkait obyek penelitian dan memahami kuesioner dengan baik, sehingga peneliti akan mendapatkan jawaban yang lebih terpercaya dan akurat.

Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua, yaitu *probability* dan *non-probability sampling*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu sebuah teknik pengambilan sampel dimana *unit* sampel dipilih atas dasar penilaian pribadi atau kenyamanan dan probabilitas dari setiap anggota tertentu dari populasi yang dipilih tidak diketahui atau dikenali (Zikmund, 2009: 391). Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Zikmund (2009: 392) *purposive sampling* adalah sebuah teknik *non-probability* sampel yang didasarkan dari sebuah pengalaman individu dalam memilih sampel dari penilaian melalui beberapa karakteristik yang tepat yang dibutuhkan di dalam sebuah anggota sampel. Menurut Cozby (2009: 229) *purposive sampling* digunakan dengan tujuan untuk memperoleh sampel orang yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Teknik estimasi sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah minimal 150. Hal ini dilakukan berdasarkan penetapan sampel oleh Hair *et al.* (2010: 662).

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software Analysis moment of structural* (Amos) versi 22.0 *for windows*. Menurut Ghozali (2005: 1), SEM merupakan gabungan dari metode statistik yang terpisah yaitu analisis factor serta model persamaan simultan. Menurut Hair *et al.* (2010: 634) SEM adalah model statistik yang berusaha untuk menjelaskan hubungan antara beberapa variabel. SEM tidak hanya untuk melihat hubungan antara variabel namun menggabungkan analisa *multiple* variabel untuk memperhitungkan pengukuran yang eror yang terkait pada skala tertentu. Dalam SEM mengacu pada 2 komponen dasar yaitu *structural model* dan *measurement model*. Model struktural adalah model jalur yang berhubungan variabel *independent* dengan *dependent* variabel. Dan model pengukuran adalah model pengukuran yang menentukan masing-masing variabel *construct* dan dengan penilaian validitas *construct*.

Hair *et al.* (2010: 672) menyatakan bahwa syarat jumlah *Good fit index* yang baik kurang lebih menggunakan paling tidak 3-4 indeks dari indeks *absolute* dan *incremental* agar dapat dilakukan pengujian lanjutan terhadap model penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan 5 indeks sebagai pengukuran kelayakan adalah hal yang wajar dan tidak menyalahi syarat. Dalam bukunya, Hair memberikan beberapa indeks kesesuaian (*absolute* dan *incremental*) yang digunakan untuk menguji model diterima atau ditolak:

1. CMIN/DF (*Normed Chi-square*)

CMIN/DF adalah perbedaaan minimum, statistik chi-square ( $\chi^2$ ) dibagi dengan *degree of freedom*/ DF sehingga disebut  $\chi^2$  relatif. Pada umumnya, Nilai rasio  $\chi^2:df$  yang mendekati 3:1 atau kurang telah menunjukkan bahwa model tersebut merupakan model yang baik. Dengan kata lain, CMIN/DF yang memiliki nilai <3 menunjukkan model kecocokan yang baik/ *good fit* (Hair *et al.*, 2010: 668). Indeks CMIN/DF merupakan indeks yang paling penting dalam mengukur kesesuaian model.

2. GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI adalah indeks kesesuaian akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel. GFI menghasilkan *statistic fit* yang kurang sensitif

terhadap ukuran sampel. Nilai GFI berada dalam rentang 0 sampai 1 (Hair *et al.*, 2010: 667). GFI dapat diterima apabila  $GFI \geq 0,90$  (*good fit*). Nilai GFI yang semakin tinggi menunjukkan nilai yang semakin baik (*better fit*).

### 3. RMSEA (*Root Mean Squared Error of Approximation*)

RMSEA adalah sebuah indeks yang sering digunakan dalam pengukuran untuk mengkompensasi kecenderungan statistik Chi-Square ( $\chi^2$ ) untuk menolak sebuah model dengan jumlah sampel yang besar atau jumlah *observed variable* yang banyak. Karenanya, RMSEA dapat menunjukkan seberapa baik sebuah model dengan populasi, bukan hanya dengan sampel yang digunakan dalam estimasi. Nilai RMSEA yang semakin kecil menunjukkan bahwa model semakin baik (*better fit*). *Cut off value* pada RMSEA dapat diterima pada nilai 0,03 sampai 0,08 (Hair *et al.*, 2010: 667).

### 4. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI adalah perbaikan *fit index* dari NFI (*Normed Fit Index*). Nilai yang dapat diterima adalah yang berada antara 0 dan 1 (Hair *et al.*, 2010: 669). Nilai CFI yang baik  $\geq 0,90$ . Nilai CFI yang semakin tinggi menunjukkan nilai yang semakin baik (*better fit*).

### 5. TLI (*Tucker-Lewis Index*)

TLI yaitu perbandingan dari nilai *chi-square* bernorma untuk nol dan ditentukan model, yang untuk beberapa derajat memperhitungkan kompleksitas model. Nilai TLI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai yang mendekati 1, dan model dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan lebih cocok daripada model dengan nilai yang lebih rendah. Nilai  $TLI \geq 0,9$  merupakan *good fit*; angka tidak lebih kecil dari 0,8 dan 0,9 disebut sebagai *marginal fit* (Hair *et al.*, 2010: 668).

### 1. Uji Validitas

Selain menguji kesesuaian model (*model fit*), evaluasi lain yang harus dilakukan adalah penilaian validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel. Validitas adalah sejauh mana sebuah pengukuran/ sekumpulan pengukuran dapat mengukur secara akurat konsep yang diteliti (Hair *et al.*, 2010: 126). Pengujian

validitas dilakukan menggunakan 3 cara, agar semakin banyak cara pengujian terhadap validitas dilakukan, maka hasilnya dapat lebih teruji dengan kata lain dapat lebih terpercaya validitasnya. Uji validitas yang digunakan adalah uji *construct validity*.

Metode yang pertama untuk menguji validitas menggunakan *SPSS for windows* dengan melakukan pengujian atas item-item pada kuesioner dengan koefisien korelasi *pearson* dari setiap pernyataan dengan skor total yang diperoleh. Jika hasil korelasi *pearson* antara masing-masing pernyataan dengan skor total menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *factor analysis*, dimana peneliti menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) untuk menguji valid atau tidaknya item-item dalam penelitian dengan melihat *standardize loading* dimana syaratnya harus diatas 0,5. Ketiga, Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang tinggi menunjukkan bahwa indikator telah mewakili konstruk laten yang dikembangkan dengan baik. Menurut Hair *et al.* 2010: 709 nilai (*Average Variance Extracted*) yang diterima adalah  $\geq 0,50$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah penilaian derajat konsistensi pengukuran antar indikator (*multiple measurement*) dari sebuah variabel. Pengukuran konsistensi diukur dari tanggapan yang diberikan individu antar 2 poin (indikator) dalam waktu yang bersamaan (Hair *et al.*, 2010: 125).

Pendekatan yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dilakukan sebanyak 2 kali dengan cara yang berbeda. Cara pertama untuk menguji reliabilitas kurang lebih 30 kuesioner awal yaitu dengan melihat hasil dari koefisien *cronbach's alpha* dari masing-masing konstruk. Dinyatakan reliabel jika *cronbach's alpha* memiliki nilai di atas 0,6. Penghitungan dilakukan melalui *software SPSS for windows*. Cara yang kedua untuk menguji reliabilitas yaitu dengan menghitung CR (*Construct Reliability*). Menurut Hair *et al.* 2010: 710, nilai *construct reliability* (CR) yang diterima adalah  $\geq 0,70$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 18.0 *for windows*. Berikut merupakan hasil pengujian validitas:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Need for Uniqueness***

| No. | Pernyataan  | <i>Pearson Correlation</i> | Sig. | Ket.  |
|-----|---|----------------------------|------|-------|
| 1   | Memiliki ketertarikan pada produk yang menarik dan tidak biasa membantu saya membentuk citra diri yang istimewa | .859**                     | .000 | Valid |
| 2   | Saya seringkali mencari produk / merek baru yang akan menambah keunikan personal                                | .803**                     | .000 | Valid |
| 3   | Ketika berpakaian, saya terkadang berani tampil beda dimana orang lain mungkin tidak setuju                     | .770**                     | .000 | Valid |
| 4   | Saya seringkali melanggar aturan dari kelompok sosial Saya terkait apa yang dibeli atau dimiliki                | .792**                     | .000 | Valid |
| 5   | Saya seringkali mencoba untuk menghindari produk / merek yang dibeli oleh banyak orang                          | .826**                     | .000 | Valid |
| 6   | Semakin biasa sebuah produk / merek diantara masyarakat umum, Saya semakin tidak tertarik untuk membelinya      | .879**                     | .000 | Valid |

**Sumber:** Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *need for uniqueness* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 6 *item* pernyataan yang membentuk variabel *need for uniqueness* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *materialism* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 6 *item* pernyataan yang membentuk variabel *materialism* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.



**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Materialism***

| No. | Pernyataan   | <i>Pearson Correlation</i> | Sig. | Ket.  |
|-----|--|----------------------------|------|-------|
| 1   | Saya mencoba untuk menjaga hidup Saya sederhana, sejauh kepemilikan adalah yang utama              | .652**                     | .000 | Valid |
| 2   | Saya sangat menyukai kemewahan dalam hidup   | .749**                     | .000 | Valid |
| 3   | Saya mengagumi orang yang memiliki mobil, rumah dan pakaian yang mewah                             | .835**                     | .000 | Valid |
| 4   | Saya tidak menekankan pada jumlah barang material yang orang miliki sebagai tdana kesuksesan       | .736**                     | .000 | Valid |
| 5   | Hidup saya menjadi lebih baik jika memiliki produk-produk tertentu yang tidak Saya miliki sekarang | .774**                     | .000 | Valid |
| 6   | Itu terkadang sedikit mengganggu saya ketika saya tidak mampu membeli semua barang yang saya suka  | .704**                     | .000 | Valid |

**Sumber:** Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Status Consumption***

| No. | Pernyataan  | <i>Pearson Correlation</i> | Sig. | Ket.  |
|-----|---|----------------------------|------|-------|
| 1   | Saya akan membeli produk hanya karena produk tersebut memiliki status             | .884**                     | .000 | Valid |
| 2   | Saya tertatik pada produk baru yang memiliki status                               | .882**                     | .000 | Valid |
| 3   | Saya akan membayar lebih untuk sebuah produk jika produk tersebut memiliki status | .856**                     | .000 | Valid |
| 4   | Status produk tidak berhubungan dengan saya                                       | .616**                     | .000 | Valid |
| 5   | Sebuah produk lebih berharga untuk saya jika memiliki daya tarik kesombongan      | .839**                     | .000 | Valid |

**Sumber:** Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *status consumption* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal

tersebut menunjukkan bahwa 6 *item* pernyataan yang membentuk variabel *status consumption* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Affective Response***

| No. | Pernyataan   | <i>Pearson Correlation</i> | Sig. | Ket.  |
|-----|--|----------------------------|------|-------|
| 1   | Merek <i>fashion</i> yang mewah adalah salah satu yang saya nikmati  | .770**                     | .000 | Valid |
| 2   | Merek <i>fashion</i> yang mewah membuat saya ingin menggunakannya  | .837**                     | .000 | Valid |
| 3   | Merek <i>fashion</i> yang mewah adalah salah satu yang akan membuat saya merasa santai saat menggunakannya | .881**                     | .000 | Valid |
| 4   | Produk <i>fashion</i> yang mewah membuat saya merasa baik  | .876**                     | .000 | Valid |
| 5   | Merek <i>fashion</i> yang mewah akan memberi saya kesenangan   | .657**                     | .000 | Valid |

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *affective response* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 5 *item* pernyataan yang membentuk variabel *affective response* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Repurchase Intention***

| No. | Pernyataan  | <i>Pearson Correlation</i> | Sig. | Ket.  |
|-----|---|----------------------------|------|-------|
| 1   | Niat saya untuk membeli kembali merek produk <i>fashion</i> yang mewah ini tinggi       | .932**                     | .000 | Valid |
| 2   | Kemungkinan saya akan membeli kembali merek produk <i>fashion</i> yang mewah ini tinggi | .914**                     | .000 | Valid |

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *repurchase intention* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal

tersebut menunjukkan bahwa 2 *item* pernyataan yang membentuk variabel *repurchase intention* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 18.0 *for windows*. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| No | Variabel                    | Nilai <i>Cronbach Alpha</i> | Keterangan |
|----|-----------------------------|-----------------------------|------------|
| 1  | <i>Need for Uniqueness</i>  | .901                        | Reliabel   |
| 2  | <i>Materialism</i>          | .838                        | Reliabel   |
| 3  | <i>Status Consumption</i>   | .914                        | Reliabel   |
| 4  | <i>Affecive Response</i>    | .862                        | Reliabel   |
| 5  | <i>Repurchase Intention</i> | .823                        | Reliabel   |

**Sumber:** Hasil olah data SPSS 18.0 *for Windows*.

Setelah dilakukan uji reliabilitas menggunakan *software* SPSS, seluruh variabel menunjukkan nilai *cronbach's alpha* di atas 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden yang diuji telah lolos uji validitas dan reliabilitas. Penelitian dapat dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah target sampel yang ditentukan.

## MODEL PENGUKURAN

Model pengukuran dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program Amos versi 22.0 *for windows*. Analisis model pengukuran dilakukan dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) pada seluruh variabel penelitian dan indikatornya. Apabila model pengukuran memiliki nilai *Goodness-Of-Fit* yang memenuhi kriteria kecocokan, maka model pengukuran layak dianalisis lebih lanjut. Tampilan data pengukuran dan kriteria dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 22**  
**Hasil Uji Kecocokan Model *Measurement Analysis* Sebelum Pembuangan Indikator**

| No | Uji Kecocokan | Kriteria Kecocokan | Hasil | Keterangan          |
|----|---------------|--------------------|-------|---------------------|
| 1  | CMIN/DF       | $CMIN/DF \leq 3$   | 1,590 | <i>Good fit</i>     |
| 2  | GFI           | $GFI \geq 0,90$    | 0,831 | <i>Marginal fit</i> |
| 4  | RMSEA         | $RMSEA \leq 0,08$  | 0,063 | <i>Good fit</i>     |
| 5  | CFI           | $CFI \geq 0,90$    | 0,831 | <i>Marginal fit</i> |
| 6  | TLI           | $TLI \geq 0,90$    | 0,891 | <i>Marginal fit</i> |

**Sumber:** Hasil *Running Amos 22.0 for Windows*.

CMIN/DF adalah perbandingan minimum, statistik chi-square ( $\chi^2$ ) dibagi dengan *degree of freedom*/DF sehingga disebut  $\chi^2$  relatif. Tabel 22 menunjukkan nilai CMIN/DF yang baik dimana nilai CMIN/DF  $\leq 3$  yaitu 1,590 (*good fit*). Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

GFI adalah indeks kesesuaian akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel. GFI menghasilkan *statistic fit* yang kurang sensitif terhadap ukuran sampel. Tabel 22 menunjukkan nilai GFI yaitu 0,831. Nilai ini berada di antara 0,8 – 0,9 sehingga termasuk *marginal fit*. Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

RMSEA adalah sebuah indeks yang sering digunakan dalam pengukuran untuk mengkompensasi kecenderungan statistik Chi-Square ( $\chi^2$ ) untuk menolak sebuah model dengan jumlah sampel yang besar atau jumlah *observed variabel* yang banyak. Tabel 22 menunjukkan nilai RMSEA  $\leq 0,08$  yaitu 0,063 (*good fit*). Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

CFI adalah perbaikan *fit index* dari NFI (*Normed Fit Index*). Tabel 22 menunjukkan nilai CFI yaitu 0,831 dimana nilai ini berada di antara 0,8 – 0,9 sehingga termasuk *marginal fit*. Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

TLI yaitu perbandingan dari nilai *chi-square* bernorma untuk nol dan ditentukan model, yang untuk beberapa derajat memperhitungkan kompleksitas model. Tabel 22 menunjukkan nilai TLI yaitu 0,89 dimana dimana nilai ini berada di antara 0,8 – 0,9 sehingga termasuk *marginal fit*. Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

Setelah dilakukan uji kecocokan pada model pengukuran, dilakukan pemeriksaan nilai *standardized loading*. Tabel 23 menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai *standardized loading* sudah cukup baik yaitu di atas 0,5. Namun terdapat 3 indikator yang memiliki nilai *standardized loading* di bawah 0,5 yaitu M1,

M2 dan SC4 dimana M1 memiliki nilai -0,29, M4 memiliki nilai -0,77 dan SC4 memiliki nilai 0,207. Dalam hal ini, indikator M1, M4 dan SC4 harus dibuang dan selanjutnya melihat nilai *stdanardized loading* yang baru. Jika hasilnya baik, maka dapat melakukan penelitian selanjutnya tanpa indikator M1, M4 dan SC4.

**Tabel 23**  
**Nilai *Standardized Loading* Sebelum Pembuangan Indikator**

| Variabel | Indikator | <i>Stdanardized Loading</i> |
|----------|-----------|-----------------------------|
| NFU      | NFU1      | .709                        |
|          | NFU2      | .679                        |
|          | NFU3      | .652                        |
|          | NFU4      | .665                        |
|          | NFU5      | .773                        |
|          | NFU6      | .789                        |
| M        | M1        | -.029                       |
|          | M2        | .760                        |
|          | M3        | .747                        |
|          | M4        | -.077                       |
|          | M5        | .737                        |
|          | M6        | .594                        |
| SC       | SC1       | .522                        |
|          | SC2       | .798                        |
|          | SC3       | .768                        |
|          | SC4       | .207                        |
|          | SC5       | .627                        |
| AR       | AR1       | .777                        |
|          | AR2       | .709                        |
|          | AR3       | .783                        |
|          | AR4       | .817                        |
|          | AR5       | .633                        |
| RI       | RI1       | .799                        |
|          | RI2       | .689                        |

**Sumber: Hasil *Running Amos 22.0 for Windows*.**

Setelah dilakukan pembuangan indikator yaitu M1, M4 dan SC4, berikutnya adalah menganalisis kembali nilai *Goodness-Of-Fit* untuk memenuhi kriteria kecocokan. Tampilan data uji kecocokan model pengukuran dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 24**  
**Hasil Uji Kecocokan Model *Measurement Analysis* Sesudah Pembuangan Indikator**

| No | Uji Kecocokan | Kriteria Kecocokan | Hasil | Keterangan          |
|----|---------------|--------------------|-------|---------------------|
| 1  | CMIN/DF       | $CMIN/DF \leq 3$   | 1,463 | <i>Good fit</i>     |
| 2  | GFI           | $GFI \geq 0,90$    | 0,856 | <i>Marginal fit</i> |
| 4  | RMSEA         | $RMSEA \leq 0,08$  | 0,056 | <i>Good fit</i>     |
| 5  | CFI           | $CFI \geq 0,90$    | 0,942 | <i>Good fit</i>     |
| 6  | TLI           | $TLI \geq 0,90$    | 0,932 | <i>Good fit</i>     |

**Sumber: Hasil *Running Amos 22.0 for Windows*.**

Tabel 24 menunjukkan hasil uji kecocokan model pengukuran sesudah pembuangan indikator. Dapat dilihat bahwa nilai CMIN/DF sesudah membuang indikator mengalami penurunan dari 1,590 menjadi 1,436. Hal ini menunjukkan bahwa nilai CMIN/DF semakin baik (*good fit*). Nilai GFI mengalami kenaikan dari 0,831 menjadi 0,856 namun hasilnya masih *marginal fit*. Selanjutnya nilai RMSEA yang sebelum membuang indikator yakni 0,063 mengalami penurunan sesudah pembuangan indikator menjadi 0,056 dan menunjukkan nilai kecocokan yang masih baik (*good fit*). Nilai CFI dan TLI sesudah pembuangan indikator juga mengalami kenaikan yakni masing-masing dari 0,831 dan 0,891 menjadi 0,942 dan 0,932 sehingga hasilnya menjadi *good fit*. Berikut adalah hasil pemeriksaan kembali nilai *stdanardized loading* sesudah pembuangan indikator:

**Tabel 25**  
**Nilai *Stdanardized Loading* Sesudah Pembuangan Indikator**

| Variabel | Indikator | <i>Stdanardized Loading</i> |
|----------|-----------|-----------------------------|
| NFU      | NFU1      | .709                        |
|          | NFU2      | .679                        |
|          | NFU3      | .653                        |
|          | NFU4      | .665                        |
|          | NFU5      | .773                        |
|          | NFU6      | .789                        |

|    |     |      |
|----|-----|------|
| M  | M2  | .760 |
|    | M3  | .749 |
|    | M5  | .734 |
|    | M6  | .596 |
| SC | SC1 | .520 |
|    | SC2 | .792 |
|    | SC3 | .771 |
|    | SC5 | .624 |
| AR | AR1 | .778 |
|    | AR2 | .709 |
|    | AR3 | .784 |
|    | AR4 | .817 |
|    | AR5 | .633 |
| RI | RI1 | .799 |
|    | RI2 | .689 |

**Sumber: Hasil *Running Amos 22.0 for Windows*.**

Tabel 25 menunjukkan bahwa setelah dilakukan pembuangan indikator yaitu M1, M4 dan SC4, nilai *stdanardized loading* yang dihasilkan menunjukkan hasil yang baik. Seluruh nilai *stdanardized loading* berada pada angka  $>0,5$  sehingga setiap indikator dapat dinyatakan valid. Dengan demikian, penelitian dapat dilanjutkan kembali pada uji validitas dan reliabilitas model pengukuran.

## **MODEL STRUKTURAL**

Kesesuaian struktural model dengan data empiris diukur dengan indeks *Goodness-Of-Fit*. *Goodness-Of-Fit* mengindikasikan seberapa baik model yang telah ditentukan menghasilkan matriks kovarians di antara tiap indikator (Hair *et al.*, 2010: 664). Tabel berikut ini menunjukkan nilai *Goodness-Of-Fit* dalam analisis model struktural penelitian ini.

**Tabel 28**  
**Hasil Uji Kecocokan Model Struktural**

| No | Uji Kecocokan | Kriteria Kecocokan | Hasil | Keterangan          |
|----|---------------|--------------------|-------|---------------------|
| 1  | CMIN/DF       | $CMIN/DF \leq 3$   | 1,463 | <i>Good fit</i>     |
| 2  | GFI           | $GFI \geq 0,90$    | 0,855 | <i>Marginal fit</i> |
| 3  | RMSEA         | $RMSEA \leq 0,08$  | 0,056 | <i>Good fit</i>     |
| 4  | CFI           | $CFI \geq 0,90$    | 0,941 | <i>Good fit</i>     |
| 5  | TLI           | $TLI \geq 0,90$    | 0,932 | <i>Good fit</i>     |

**Sumber: Hasil Running Amos 22.0 for Windows.**

Berdasarkan Tabel 28 yang menunjukkan hasil uji kecocokan model struktural, nilai CMIN/DF telah memenuhi kriteria kecocokan dan menunjukkan hasil yang *good fit* yakni 1,463. Nilai GFI pada model struktural menunjukkan hasil *marginal fit* dengan nilai 0,855. Selanjutnya, baik nilai RMSEA, CFI dan TLI menunjukkan hasil yang baik karena telah memenuhi kriteria kecocokan. Hasil uji kecocokan menunjukkan nilai RMSEA sebesar 0,056, nilai CFI sebesar 0,941 dan nilai TLI sebesar 0,932 sehingga ketiga indeks ini memperoleh hasil *good fit*.

Dari hasil uji kecocokan yang dilakukan pada tabel 28 didapatkan hasil bahwa struktural model memiliki nilai relatif yang memenuhi *Goodness-Of-Fit*, maka penelitian dapat dilanjutkan dengan melakukan pengujian hipotesis. Berdasarkan data hasil pengolahan AMOS 22.0 for Windows pada Tabel 29 menunjukkan bahwa terdapat 1 hipotesis yang tidak terdukung yaitu H5. Hal ini dikarenakan nilai *critical ratio* (CR) pada H5 tidak memenuhi syarat yakni sebesar  $\geq 1,645$  dan  $P\text{-Value} \leq 10\%$ . Sedangkan hipotesis lainnya yaitu H1, H2, H3, H4, dan H6 masih bisa diterima karena memiliki nilai *critical ratio* (CR)  $\geq 1,645$  dan berpengaruh signifikan karena nilai  $P \leq 10\%$ . Jadi, di dalam penelitian ini hipotesis 1,2,3,4, dan 6 telah terdukung secara signifikan. Untuk penjelasan hipotesis lebih lanjut akan dibahas pada bab selanjutnya, meliputi pembahasan data deskriptif hipotesis, gambar hipotesis dan pengaruh variabel penelitian.



**Tabel 29**  
**Pengujian Hipotesis**

| Hipotesis | Hubungan | <i>Stdandardized Estimate</i> | <i>Critical Ratio</i> | <i>P-Value</i> | Keterangan                                  |
|-----------|----------|-------------------------------|-----------------------|----------------|---|
| H1        | NFU→SC   | 0,063                         | 1,847                 | 0,065          | Signifikan, hipotesis terdukung             |
| H2        | M→SC     | 0,133                         | 5,043                 | 0,000          | Signifikan, hipotesis terdukung             |
| H3        | SC→AR    | 0,190                         | 2,989                 | 0,003          | Signifikan, hipotesis terdukung             |
| H4        | AR→RI    | 0,173                         | 2,589                 | 0,010          | Signifikan, hipotesis terdukung             |
| H5        | SC→RI    | 0,195                         | 0,866                 | 0,387          | Tidak signifikan, hipotesis tidak terdukung |
| H6        | M→AR     | 0,170                         | 4,969                 | 0,000          | Signifikan, hipotesis terdukung             |

**Keterangan: \*\*\*: signifikan dengan nilai  $p\text{-value} \leq 0,1$  atau 10%**

**Sumber: Hasil *Running Amos 22.0 for Windows*.**

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan dibahas pada bab sebelumnya maka dapat diperoleh konklusi bahwa dari sebanyak 6 hipotesis yang telah diuji dengan menggunakan SEM melalui program AMOS versi 22.0 *for windows*, terdapat 1 hipotesis yang tidak terdukung dan 5 hipotesis yang terdukung. Berikut adalah penjabarannya:

1. *Need for uniqueness* berpengaruh secara langsung dan positif signifikan terhadap *status consumption* dalam melakukan pembelian barang-barang mewah di Surabaya.
2. *Materialism* berpengaruh secara langsung dan positif signifikan terhadap *status consumption* dalam melakukan pembelian barang-barang mewah di Surabaya.
3. *Status consumption* berpengaruh secara langsung dan positif signifikan terhadap *affective response* dalam melakukan pembelian barang-barang mewah di Surabaya
4. *Affective response* berpengaruh secara langsung dan positif signifikan terhadap *repurchase intention* barang-barang mewah di Surabaya.

5. *Status consumption* tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention* barang-barang mewah di Surabaya.
6. *Materialism* berpengaruh secara langsung dan positif signifikan terhadap *affective response* dalam melakukan pembelian barang-barang mewah di Surabaya

Rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil penelitian ini ditujukan kepada para praktisi dan *developer* layanan ponsel. Selain itu, rekomendasi juga ditujukan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan penelitian ini. Berikut adalah penjelasan selengkapnya:

### **1. Bagi Praktisi**

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan paling besar terhadap *repurchase intention* adalah *affective response*. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan barang mewah untuk menumbuhkan perasaan konsumen terhadap merek/ barang perusahaan. Salah satu caranya adalah dengan menjual merek / barang mewah yang dapat memuaskan konsumen, yaitu dengan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Misalkan dengan memproduksi barang mewah yang *customize* yang dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen tetapi tetap elegan dan melambungkan status. Selain itu, perusahaan barang / merek mewah untuk lebih menekankan status produk / merek. Perusahaan merek / barang mewah dapat mengembangkan produk yang lebih mencerminkan status sosial, disamping mengadakan kampanye iklan untuk mempromosikan / menjelaskan pada konsumen bahwa produk perusahaan memiliki status sosial yang tinggi agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk. Salah satunya adalah dengan menjadi sponsor acara-acara *fashion* dalam bentuk dana / uang atau barang-barang mewah seras pengadaan *event-event* yang bernuansa glamor yang menunjukkan kemewahan.

## **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

- a. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel terbatas yaitu sebesar 150 sampel. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mereplikasi penelitian ini dengan menggunakan sampel yang lebih besar sehingga hasilnya dapat digeneralisasi dengan baik.
- b. Penelitian ini hanya memiliki cakupan wilayah di Surabaya, Indonesia. Akan lebih baik apabila peneliti berikutnya menggunakan wilayah/ daerah lain untuk mengetahui tingkat pembelian ulang barang-barang mewah dengan perbedaan budaya dan karakteristik konsumen.
- c. Penelitian ini merupakan replikasi dari model penelitian dari Chan et al. (2015) yang meneliti pengaruh need for uniqueness, materialism, status consumption dan affective response terhadap repurchase intention barang mewah. Pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian ini.
- d. Pada penelitian ini tidak dijelaskan mengenai profil responden. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjelaskan tentang profil responden penelitian.