

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
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 ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	20
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	20
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	21
1.4. Sistematika Penulisan .....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	24
2.1. Landasan Teori .....	24
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	24

2.1.2.	<i>Fashion</i> .....	26
2.1.3.	<i>Fast fashion</i> .....	30
2.1.4.	<i>Perceived Scarcity</i> .....	37
2.1.5.	<i>Perceived Perishability</i> .....	38
2.1.6.	<i>Perceived Low Price</i> .....	41
2.1.7.	<i>Attitude</i> .....	42
2.1.8.	<i>Impulse Buying Behavior</i> .....	43
2.1.9.	<i>Negative Emotions</i> .....	45
2.1.10.	<i>Return Behavior</i> .....	47
2.2.	Pengaruh Antar Variabel.....	48
2.2.1.	Pengaruh <i>Perceived Scarcity</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	48
2.2.2.	Pengaruh <i>Perceived Perishability</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	49
2.2.3.	Pengaruh <i>Perceived Low Price</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	51
2.2.4.	Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i> .....	52
2.2.5.	Pengaruh <i>impulse buying behavior</i> terhadap <i>negative emotions</i> .....	53
2.2.6.	Pengaruh <i>negative emotions</i> terhadap <i>return behavior</i> .....	54
2.3.	Penelitian Terdahulu .....	55
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	57
2.5.	Hipotesis Penelitian .....	58
BAB III METODE PENELITIAN .....		60
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	60
3.1.1.	Variabel Penelitian .....	60
3.1.2.	Definisi Operasional .....	61

3.2	Populasi dan Sampel.....	64
3.2.1.	Populasi.....	64
3.2.2.	Sampel.....	65
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	66
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	66
3.5	Metode Analisis Data.....	67
3.5.1.	Analisis SEM ( <i>Structural Equation Modelling</i> ).....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		74
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.2.	Gambaran Umum Responden .....	76
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	77
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	78
4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	79
4.2.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Gerai yang Pernah Dikunjungi .....	80
4.2.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Gerai .....	81
4.3.	Hasil Analisis .....	81
4.3.1.	Analisis Pendapat responden.....	82
4.4.	Analisis SEM.....	90
4.4.1.	Analisis Faktor Konfirmatori .....	90
4.4.2.	Analisis Full Model SEM .....	95
4.4.3.	Asumsi SEM .....	96
4.5.	Pengujian Hipotesis .....	104
4.5.1.	Pengujian Hipotesis 1 .....	105

4.5.2.	Pengujian Hipotesis 2 .....	107
4.5.3.	Pengujian Hipotesis 3 .....	108
4.5.4.	Pengujian Hipotesis 4 .....	111
4.5.5.	Pengujian Hipotesis 5 .....	112
4.5.6.	Pengujian Hipotesis 6 .....	113
BAB V PENUTUP .....		115
5.1.	Kesimpulan.....	115
5.2.	Implikasi Teoritis.....	118
5.3.	Implikasi Manajerial .....	120
5.4.	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang .....	124
DAFTAR PUSTAKA .....		125
LAMPIRAN A KUESIONER.....		130
LAMPIRAN B : TABULASI DATA .....		138
LAMPIRAN C : HASIL OLAH DATA .....		149