

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian	16
1.4 Sistematika Penulisan	17
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Produk Fesyen Berkelanjutan	19
2.1.2 Atribut Produk Fesyen Berkelanjutan.....	21
2.1.3 Konsumsi Fesyen Berkelanjutan	23

2.1.4 Minat beli	24
2.1.5 Theory of Planned Behavior (TPB)	25
2.1.6 Generasi Muda (Generasi Z & Milenial)	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Hubungan antar Variabel yang Diteliti	30
2.3.1 Hubungan antara Sikap Berkelanjutan dengan Minat Beli	30
2.3.2 Hubungan antara Modal Sosial Virtual dengan Minat Pembelian.	31
2.3.3 Hubungan antara Persepsi Kontrol Perilaku dengan Minat Beli	32
2.3.4 Hubungan antara Atribut Fesyen Konvensional dengan Minat Beli	32
2.3.5 Hubungan antara Konsep Diri Berkelanjutan dengan Sikap	33
2.5. Kerangka Pemikiran	34
2.6 Perumusan Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.1.1 Definisi Operasional	38
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.3.1 Data Primer	42
3.3.2 Data Sekunder	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Tahapan Pengujian Structural Equation Modeling (SEM)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Responden Penelitian	48
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelompok Generasi	49

4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelompok Pendidikan	50
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelompok Provinsi Domisili	51
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelompok Pengeluaran	52
4.1.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Kelompok Rata-Rata Jumlah Belanja Produk Fesyen	53
4.2 Analisis Data	53
4.2.1 Uji Kualitas Instrumen dan Data	53
4.2.2 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	59
4.3 Interpretasi	73
4.3.1 Pengujian hipotesis	73
4.4 Pembahasan.....	77
4.4.1 Pengaruh Sikap Berkelanjutan terhadap Minat Beli	77
4.4.2 Pengaruh Modal Sosial Virtual dengan Minat Beli	78
4.4.3 Pengaruh Persepsi kontrol perilaku dengan Minat Beli	78
4.4.4 Pengaruh Atribut Fesyen Konvensional dengan Minat Beli	79
4.4.5 Pengaruh Konsep Diri Berkelanjutan dengan Minat Beli	80
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Implikasi Teoritis.....	82
5.3 Implikasi Manajerial.....	84
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap.....	13
Tabel 2.1 Atribut Fesyen Berkelanjutan.....	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	38
Tabel 3.2 Goodness of Fit Index.....	47
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Generasi.....	49
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Provinsi Domisili.....	51
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	52
Tabel 4.6 Berdasarkan Jumlah Produk Fesyen.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas SPSS.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas SPSS.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas AMOS.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas AMOS.....	58
Tabel 4.11 Persamaan Model Perhitungan.....	61
Tabel 4.12 Regression Weight Structural Model.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Outliers.....	67
Tabel 4.15 Identifikasi Model Struktural.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Full SEM.....	72
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis.....	74
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	82
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 TRA dan TPB.....	26
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pikiran.....	35
Gambar 4.1 Diagram Jalur.....	60
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	63
Gambar 4.3 Nilai Batas Mahalonobis Distance.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: Kuesioner dan Tabulasi Data.....	97
LAMPIRAN B: Olah Data.....	109