

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
1.5.1. Manfaat Akademis.....	6
1.5.2. Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>8</b>
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Perilaku Konsumen .....	8
2.1.1.1. Sikap ( <i>Attitude</i> ).....	9
2.1.1.2. Niat Perilaku ( <i>Behavior Intention</i> ) .....	9
2.1.1.3. Perilaku Ramah Lingkungan dan Pembelian Hijau.....	10
2.1.1.4. Kepedulian Lingkungan terhadap Mode .....	11
2.1.1.5. Aktivitas Media Sosial.....	12
2.1.1.6. <i>Getok Tular (Word of Mouth)</i> .....	13
2.1.2. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	14
2.1.3. Kepribadian ( <i>Personality</i> ) .....	16
2.1.4. Ciri Kepribadian Lima Besar ( <i>Big Five Personality Traits</i> ) .....	17
2.1.4.1. Keramahan ( <i>Agreeableness</i> ).....	17
2.1.4.2. Kehati-hatian ( <i>Conscientiousness</i> ) .....	18
2.1.4.3. Ekstraversi ( <i>Extraversion</i> ).....	18
2.1.4.4. Keterbukaan ( <i>Openness</i> ).....	18
2.1.4.5. Neurotisisme ( <i>Neuroticism</i> ).....	19
2.1.5. Media Sosial .....	19



2.1.6. Mode Berkelanjutan ( <i>Sustainable Fashion</i> ).....	20
2.2. Pengembangan Hipotesis .....	21
2.2.1. Keramahan dengan Aktivitas Media Sosial .....	21
2.2.2. Kehati-hatian dengan Aktivitas Media Sosial .....	21
2.2.3. Ekstraversi dengan Aktivitas Media Sosial.....	22
2.2.4. Keterbukaan dengan Aktivitas Media Sosial .....	22
2.2.5. Neurotisme dengan Aktivitas Media Sosial.....	22
2.2.6. Aktivitas Media Sosial dengan Perilaku Ramah Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan terhadap Mode.....	23
2.2.7. Perilaku Ramah Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan terhadap Mode dengan <i>Getok Tular</i> .....	24
2.3. Model Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1. Desain Penelitian.....	26
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran.....	26
3.2.1. Keramahan.....	26
3.2.2. Kehati-hatian .....	27
3.2.3. Ekstraversi .....	27
3.2.4. Keterbukaan.....	28
3.2.5. Neurotisme.....	28
3.2.6. Aktivitas Media Sosial .....	28
3.2.7. Perilaku Ramah Lingkungan .....	29
3.2.8. Kepedulian Lingkungan terhadap Mode .....	30
3.2.9. <i>Getok Tular</i> .....	30
3.3. Populasi dan Sampel .....	31
3.3.1. Populasi .....	31
3.3.2. Sampel dan Desain Pengambilan Sampel .....	32
3.3.3. Ukuran Sampel .....	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Waktu Pengumpulan Data.....	33
3.5. Instrumen Penelitian.....	33
3.6. Pengujian Instrumen.....	34
3.6.1. Uji Validitas .....	34
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	36
3.7. Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1. Uji Multikolinearitas .....	37
3.7.2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	37
3.7.3. Analisis Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	37
3.7.4. Uji Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ) .....	37
3.8. Pengujian Hipotesis.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1. Profil Responden.....	39
4.1.1. Jenis Kelamin .....	39
4.1.2. Usia.....	40
4.1.3. Domisili .....	40



4.1.4. Pekerjaan .....	41
4.1.5. Pendidikan Terakhir .....	42
4.1.6. Pengeluaran Bulanan .....	43
4.1.7. Platform Media Sosial yang Digunakan.....	44
4.2. Analisis Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	45
4.2.1. Uji Validitas .....	46
4.2.1.1. Validitas Konvergen .....	46
4.2.1.2. Validitas Diskriminan .....	48
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	52
4.3. Statistik Deskriptif .....	53
4.4. Analisis Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	57
4.4.1. Uji Multikolinearitas .....	57
4.4.2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ atau <i>R-square</i> ) .....	58
4.4.3. Uji Relevansi Prediktif ( $Q^2$ atau <i>Q-square</i> ).....	59
4.4.4. Analisis Koefisien Jalur.....	60
4.5. Pengujian Hipotesis.....	62
4.5.1. Pengaruh Keramahan pada Aktivitas Media Sosial .....	64
4.5.2. Pengaruh Kehati-hatian pada Aktivitas Media Sosial .....	64
4.5.3. Pengaruh Ekstraversi pada Aktivitas Media Sosial.....	65
4.5.4. Pengaruh Keterbukaan pada Aktivitas Media Sosial .....	65
4.5.5. Pengaruh Neurotisme pada Aktivitas Media Sosial .....	65
4.5.6. Pengaruh Aktivitas Media Sosial pada Perilaku Ramah Lingkungan.....	66
4.5.7. Pengaruh Aktivitas Media Sosial pada Kepedulian Lingkungan terhadap Mode .....	66
4.5.8. Pengaruh Perilaku Ramah Lingkungan pada <i>Getok Tular</i> .....	66
4.5.9. Pengaruh Kepedulian Lingkungan Mode pada <i>Getok Tular</i> .....	66
4.6. Pembahasan.....	67
4.6.1. Hipotesis Satu.....	67
4.6.2. Hipotesis Dua .....	68
4.6.3. Hipotesis Tiga.....	68
4.6.4. Hipotesis Empat .....	70
4.6.5. Hipotesis Lima .....	70
4.6.6. Hipotesis Enam A.....	71
4.6.7. Hipotesis Enam B .....	72
4.6.8. Hipotesis Tujuh .....	73
4.6.9. Hipotesis Delapan.....	74
4.7. Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	75
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>76</b>
5.1. Simpulan .....	76
5.2. Implikasi.....	77
5.2.1. Implikasi Teoritis .....	78
5.2.2. Implikasi Praktis.....	78
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**PENGARUH CIRI KEPRIBADIAN DAN AKTIVITAS MEDIA SOSIAL PADA GETOK TULAR UNTUK  
MODE BERKELANJUTAN**

SALSABILA MILLENNIA GUSNAWAN, Sari Winahjoe Siswomihardjo, Dr., M.B.A.

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

ix

**LAMPIRAN** ..... **107**