

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Pertanyaan Penelitian	23
1.3.1 Apakah pengaruh keyakinan konsumen terkait lingkungan terhadap sikap pada pembelian barang fesyen bekas?.....	23
1.3.2 Apakah pengaruh keyakinan konsumen terkait toko daring terhadap sikap pada pembelian barang fesyen bekas?.....	23
1.3.3 Apakah pengaruh keyakinan konsumen terkait kehematan terhadap sikap pada barang fesyen bekas?	23
1.3.4 Apakah pengaruh sikap terhadap niat pembelian barang fesyen bekas?	23
1.3.5 Apakah pengaruh norma subjektif terhadap niat pembelian barang fesyen bekas?	23
1.3.6 Apakah pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat pembelian barang fesyen bekas?	23
1.4 Tujuan Penelitian.....	23
1.4.1 Untuk menguji pengaruh keyakinan konsumen terkait lingkungan terhadap sikap pada pembelian barang fesyen bekas.....	24
1.4.2 Untuk menguji pengaruh keyakinan konsumen terkait toko daring terhadap sikap pada pembelian barang fesyen bekas.....	24

1.4.3	Untuk menguji pengaruh keyakinan konsumen terkait kehematan terhadap sikap pada pembelian barang fesyen bekas.....	24
1.4.4	Untuk menguji pengaruh sikap konsumen terhadap niat pembelian barang fesyen bekas	24
1.4.5	Untuk menguji pengaruh norma subjektif terhadap niat pembelian barang fesyen bekas	24
1.4.6	Untuk menguji pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat pembelian barang fesyen bekas	24
1.5	Manfaat Penelitian.....	24
1.5.1	Manfaat Teoritis	24
1.5.2	Manfaat Praktis	25
1.6	Lingkup Penelitian.....	25
BAB II LANDASAN TEORI		27
2.1	Tinjauan Literatur.....	27
2.1.1	Pembelian Barang Fesyen Bekas	27
2.1.2	Teori Perilaku Terencana	28
2.1.3	Niat Perilaku.....	29
2.1.4	Sikap.....	29
2.1.5	Norma Subjektif.....	30
2.1.6	Persepsi Kontrol Perilaku.....	32
2.1.7	Keyakinan Konsumen	33
2.1.8	Keyakinan konsumen terkait Lingkungan	34
2.1.9	Keyakinan konsumen terkait Kehematan (<i>frugality</i>)	35
2.1.10	Keyakinan konsumen terkait Toko Daring (<i>Online Shop</i>).....	36
2.2	Pengembangan Hipotesis.....	38
2.2.1	Hubungan keyakinan konsumen terkait lingkungan terhadap sikap konsumen dalam pembelian barang fesyen bekas	38
2.2.2	Hubungan keyakinan konsumen terkait kehematan terhadap sikap konsumen dan niat pembelian produk fesyen bekas.....	39
2.2.3	Hubungan keyakinan konsumen terkait toko daring terhadap sikap konsumen dan niat pembelian produk fesyen bekas.....	40
2.2.4	Hubungan sikap konsumen terhadap niat pembelian barang fesyen bekas	41

2.2.5	Hubungan norma subjektif terhadap niat pembelian barang fesyen bekas	42
2.2.6	Hubungan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap niat pembelian barang fesyen bekas.....	43
2.2.7	Kerangka Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN.....		47
3.1	Desain Penelitian	47
3.2	Metode Pengumpulan Data	47
3.3	Instrumen Penelitian	48
3.3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.4	Metode Analisis Data	56
3.4.1	Uji Validitas	57
3.4.2	Uji Reliabilitas	58
3.4.3	Statistik Deskriptif	58
3.4.4	Uji Kolinearitas	59
3.4.5	Uji Ketepatan Model (Uji <i>R Square</i>)	60
3.4.6	Uji F^2 <i>effect size</i>	60
3.4.7	Uji <i>Q Square</i>	61
3.4.8	Uji Hipotesis.....	62
BAB IV PEMBAHASAN.....		64
4.1	Profil Responden	64
4.2	Evaluasi Model Pengukuran.....	66
4.2.1	Uji Validitas Konvergen	66
4.2.2	Uji Validitas Diskriminan	68
4.2.3	Uji Reliabilitas	70
4.3	Statistik Deskriptif.....	71
4.4	Evaluasi Model Struktural.....	73
4.4.1	Uji Kolinearitas	73
4.4.2	Uji <i>R Square</i>	74
4.4.3	Uji f^2 <i>effect size</i>	75
4.4.4	Uji <i>Q Square</i>	77
4.4.5	Uji Hipotesis.....	77
4.5	Pembahasan Hipotesis	79

4.5.1	H1: Keyakinan konsumen terkait lingkungan (KL) berpengaruh positif terhadap sikap (S) pada barang fesyen bekas	79
4.5.2	H2: Keyakinan konsumen terkait kehematan (KK) berpengaruh positif terhadap sikap pada barang fesyen bekas	81
4.5.3	H3: Keyakinan konsumen terkait toko daring (KD) berpengaruh positif terhadap sikap (S) pada barang fesyen bekas	82
4.5.4	H4: Sikap berpengaruh positif terhadap niat pembelian pada barang fesyen bekas	84
4.5.5	H5: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat membeli barang fesyen bekas	85
4.5.6	H6: Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat pembelian barang fesyen bekas	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Implikasi	95
5.3	Keterbatasan Penelitian	98
5.4	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	44
Gambar 4. 1 Hasil Uji Hipotesis	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Pernyataan	50
Tabel 3.2 Indikator Pernyataan	52
Tabel 3.3 Indikator Pernyataan	51
Tabel 3.4 Indikator Pernyataan	53
Tabel 3.5 Indikator Pernyataan	54
Tabel 3.6 Indikator Pernyataan	55
Tabel 3.7 Indikator Pernyataan	56
Tabel 3.8 Perhitungan Nilai Distribusi Frekuensi.....	59
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	64
Tabel 4. 2 Outer Loadings.....	66
Tabel 4. 3 Outer Loadings Putaran Kedua	67
Tabel 4. 4 Cross Loadings.....	69
Tabel 4. 5 Uji Fornell Larcker	70
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	71
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif	71
Tabel 4. 8 Hasil Uji Kolinearitas	74
Tabel 4. 9 Uji R Square.....	74
Tabel 4. 10 Uji F Square	76
Tabel 4. 11 Uji Q Square	77
Tabel 4. 12 Uji Hipotesis	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	117
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	119
Lampiran 4 Hasil Uji Model Struktural	119