

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Kontribusi Penelitian	8
1.7 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	9
1.8 Sistematika Penulisan.....	9
1.8.1 Bab I: Pendahuluan	9
1.8.2 Bab II: Tinjauan Pustaka.....	9
1.8.3 Bab III: Metodologi Penelitian	10
1.8.4 Bab IV: Hasil Penelitian	10
1.8.5 Bab V: Kesimpulan dan Saran	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pendidikan Etika Bisnis	11
2.1.2 Konsumsi Etis	14
2.1.3 Fast Fashion	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	25
2.3.1 Rumusan Hipotesis 1	25

2.3.2 Rumusan Hipotesis 2	26
2.3.3 Rumusan Hipotesis 3	26
2.4 Kerangka Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.2.1 Variabel Independen	29
3.2.2 Variabel Dependen.....	30
3.2.3 Variabel Moderasi.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.4 Pilot Test.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Uji Kualitas Instrumen.....	33
3.6.2 Analisis Statistik Deskriptif	34
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.4 Uji Hipotesis dan Uji Kelayakan Model	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Uji Coba Instrumen	39
4.1.1 Uji Validitas	40
4.1.2 Uji Reliabilitas	41
4.2 Deskripsi Data	41
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	43
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	45
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	46
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
4.5 Hasil Uji Hipotesis dan Kelayakan Model	47
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi	47
4.5.2 Hasil Uji F	47
4.5.3 Hasil Uji T.....	48

4.5.4 Hasil Uji Regresi Moderasi.....	49
4.6 Interpretasi Hipotesis.....	51
4.6.1 Pengaruh Pendidikan Etika Bisnis terhadap Keputusan Pembelian Fast Fashion	51
4.6.2 Pengaruh Konsumsi Etis terhadap Keputusan Pembelian Fast Fashion	52
4.6.3 Pendidikan Etika Bisnis atau Konsumsi Etis Saling Bermoderasi terhadap Keputusan Pembelian Fast Fashion	53
4.7 Implikasi dan Kebijakan Masa Mendatang	54
BAB V SIMPULAN	56
5.1 Kesimpulan Penelitian.....	56
5.2 Keterbatasan Penelitian	57
5.3 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Data Responden Pilot Testing.....	39
Tabel 4.2 Uji Validitas Konsumsi Etis.....	40
Tabel 4.3 Uji Validitas Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Konsumsi Etis dan Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.5 Data Responden Kuesioner	42
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Glejser	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	47
Tabel 4.11 Hasil Uji F	47
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Moderasi	49