

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Ruang lingkup dan Batasan.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II.....</b>	<b>7</b>
<b>LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1 Teori Legitimasi.....	7
2.1.2 Fast Fashion.....	7
2.1.3 Ethical Fashion dan Sustainable Fashion.....	8
2.1.4 Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility)....	8
2.1.5 Triple Bottom Line (TBL) Theory.....	9
2.1.6 Laporan Keberlanjutan.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
2.3.1 Aktivitas Tanggung Jawab Ekonomi.....	10
2.3.2 Aktivitas Tanggung Jawab Hukum.....	11
2.3.3 Aktivitas Tanggung Jawab Etika.....	11
2.3.4 Aktivitas Tanggung Jawab Filantropi.....	11
2.3.5 Laporan Keberlanjutan.....	12
2.4 Kerangka Penelitian.....	12
<b>BAB III.....</b>	<b>13</b>

<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>13</b>
3.1 Desain Penelitian.....	13
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	13
3.2.1 Variabel Dependen.....	13
3.2.1.1 Keputusan Pembelian.....	13
3.2.2 Variabel Independen.....	13
3.2.2.1 Aktivitas Tanggung Jawab Ekonomi.....	14
3.2.2.2 Aktivitas Tanggung Jawab Hukum.....	14
3.2.2.3 Aktivitas Tanggung jawab Etika.....	14
3.2.2.4 Aktivitas Tanggung Jawab Filantropi.....	14
3.2.2.5 Laporan Keberlanjutan.....	14
3.3 Populasi dan Sampel.....	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.5 Uji Instrumen.....	16
3.6 Teknik Analisis Data.....	17
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	17
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	17
3.6.3 Uji Hipotesis.....	18
<b>BAB IV.....</b>	<b>20</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>20</b>
4.1 Deskripsi Data.....	20
4.1.2 Profil responden berdasarkan usia.....	23
4.1.3 Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	23
4.1.4 Profil responden berdasarkan pendapatan per bulan.....	23
4.1.5 Profil responden berdasarkan jumlah produk fast fashion yang dibeli dalam sebulan.....	24
4.1.6 Profil responden berdasarkan kesadaran terhadap CSR.....	24
4.1.7 Profil responden berdasarkan pemahaman terhadap CSR.....	25
4.1.8 Profil responden berdasarkan kesadaran mengenai laporan keberlanjutan	25
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	25
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	26
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	26
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	29

4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	30
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	30
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	31
4.5.1 Uji Statistik F.....	31
4.5.2 Analisis Linear Berganda.....	32
4.5.3 Uji Statistik T.....	33
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	35
4.6 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	35
4.6.1 Pembahasan hubungan antara Aktivitas Tanggung Jawab Ekonomi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	35
4.6.2 Pembahasan hubungan antara Aktivitas Tanggung Jawab Hukum terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	36
4.6.3 Pembahasan hubungan antara Aktivitas Tanggung Jawab Etika terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	37
4.6.4 Pembahasan hubungan antara Aktivitas Tanggung Jawab Filantropi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	37
4.6.5 Pembahasan hubungan antara Laporan Keberlanjutan yang memuat Aktivitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	38
<b>BAB V.....</b>	<b>40</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>40</b>
5.1 Simpulan.....	40
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	41
5.3 Implikasi.....	41
5.4 Saran.....	41
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>43</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>48</b>