

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian	14
1.6.1 Model Penelitian	14
1.6.2 Objek Penelitian	15
1.6.3 Lokasi Penelitian	15
1.6.4 Waktu Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar	16
2.1.1 <i>Online Retailing</i>	16
2.1.2 Mode	17
2.1.3 <i>The Current Fashion Industry</i>	17

2.1.4	<i>Sustainability in Fashion</i>	19
2.1.5	<i>Theory of Planned Behaviour</i>	21
2.1.6	<i>Theory of (Un)planned Behavior</i>	22
2.2	Profil Setiap Variabel Penelitian	25
2.2.1	Niat Beli.....	25
2.2.2	Kesadaran Mode	26
2.2.3	Tanggung Jawab Perusahaan	26
2.2.4	Pemengaruh Mode	28
2.3	Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1.	Pengaruh antara Kesadaran Mode dan Niat Beli.....	28
2.3.2	Pengaruh antara Tanggung Jawab Perusahaan dan Niat Beli...	29
2.3.3	Pengaruh antara Pemengaruh Mode dan Niat Beli.....	29
2.3.4	Pengaruh Pemengaruh Mode sebagai Pemediasi hubungan Kesadaran Mode dan Niat Beli.....	30
2.3.5	Pengaruh Pemengaruh Mode sebagai Pemediasi hubungan Tanggung Jawab Perusahaan dan Niat Beli.....	30
2.4	Model Penelitian	31
BAB III.....		33
METODE PENELITIAN		33
3.1	Desain Penelitian	33
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	34
3.2.1	Kesadaran Mode	34
3.2.2	Tanggung Jawab Perusahaan	36
3.2.3	Niat Beli.....	39
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	40
3.3.3	Jumlah Sampel	41

3.3.4	Skala Pengukuran	41
3.4	Objek Penelitian	42
3.5	Metode Pengumpulan Data	42
3.6	Instrumen Penelitian.....	43
3.7	Metode Analisis Data	43
3.7.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
3.7.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	47
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	50
4.1.1	Profil Responden	50
4.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	52
4.2.1	Pengujian Validitas Konvergen	52
4.2.2	Pengujian Validitas Diskriminan	55
4.2.3	Pengujian Reliabilitas	60
4.2.4	Analisis Statistik Deskriptif.....	61
4.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
4.3.1	Uji Multikolinearitas.....	68
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (Nilai <i>R-Square</i>).....	68
4.3.3	Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	69
4.4	Pengujian Hipotesis.....	70
4.4.1	Pengujian Hipotesis antara Pengaruh Kesadaran Mode pada Niat Beli.....	73
4.4.2	Pengujian Hipotesis antara Tanggung Jawab Perusahaan pada Niat Beli.....	74
4.4.3	Pengujian Hipotesis antara Pengaruh Pemengaruh Mode pada Niat Beli.....	75

4.4.4	Pengujian Hipotesis Pemengaruh Mode memediasi hubungan antara Kesadaran Mode pada Niat Beli	76
4.4.5	Pengujian Hipotesis Pemengaruh Mode memediasi hubungan antara Tanggung Jawab Perusahaan pada Niat Beli	77
4.5	Ringkasan Pengujian	78
BAB V KESIMPULAN		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Implikasi Manajerial	82
5.3	Keterbatasan Penelitian	83
5.4	Arahan Penelitian Mendatang	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		89
	Pengujian Multikolinearitas.....	103