

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.6 Lingkup Penelitian	19
1.7 Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA TEORITIS	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Teori <i>Sharing Economy</i>	21
2.1.2 Penyewaan Secara <i>Online (Online Renting)</i>	24
2.1.3 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	27
2.1.4 Sikap	31
2.1.5 Norma Sosial.....	31
2.1.6 Nilai Harapan dan Niat Perilaku	33
2.1.7 Keuntungan Relatif	35
2.1.8 Kompatibilitas.....	37
2.1.9 Kepemilikan secara Psikologis	38
2.1.10 Kepentingan Ekologi.....	39
2.1.11 Busana Tradisional.....	41
2.2 Pengembangan Hipotesis	42
2.2.1 Hubungan antara Sikap dengan Niat Perilaku Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara <i>Online</i> pada Elasc Kebaya.....	42

2.2.2 Hubungan antara Norma Sosial dengan Niat Perilaku Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara <i>Online</i> pada Elasc Kebaya.....	43
2.2.3 Hubungan antara Keuntungan Relatif dengan Sikap Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara <i>Online</i> pada Elasc Kebaya.....	45
2.2.4 Hubungan antara Kompatibilitas dengan Sikap Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara <i>Online</i> pada Elasc Kebaya.....	46
2.2.5 Hubungan antara Kepemilikan secara Psikologis dengan Sikap Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara <i>Online</i> pada Elasc Kebaya	46
2.2.6 Hubungan antara Kepentingan Ekologi dengan Sikap Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara <i>Online</i> pada Elasc Kebaya.....	48
2.3 Kerangka Penelitian	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Desain Penelitian	51
3.2 Metode Pengumpulan Data	52
3.3 Desain Sampel	52
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	52
3.3.2 Ukuran Sampel.....	53
3.4 Definisi Pengukuran dan Operasional.....	54
3.4.1 Sikap	54
3.4.2 Norma Sosial.....	55
3.4.3 Keuntungan Relatif	56
3.4.4 Kompatibilitas	57
3.4.5 Kepemilikan Psikologis	58
3.4.6 Kepentingan Ekologi	59
3.4.7 Niat Perilaku	60
3.5 Statistik Deskriptif	61
3.6 Instrumen Penelitian	62
3.7 Metode Analisis Data.....	63
3.7.1 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	64
3.7.2 Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	66
3.8 Uji Hipotesis	67
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	68
4.2 Profil Responden.....	68
4.3 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	70
4.3.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	70

4.3.2 Hasil Uji Validitas.....	71
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	77
4.5 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	80
4.5.1 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	81
4.5.1 R-Square (R^2).....	81
4.5.2 F-Square (F^2).....	83
4.5.3 Q-Square	83
4.5.4 Uji Model Fit.....	84
4.6 Uji Hipotesis	86
4.7 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	89
4.7.1 Pengaruh Sikap terhadap Niat Perilaku Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara Online pada Elasc Kebaya	89
4.7.2 Pengaruh Normal Sosial terhadap Niat Perilaku Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara Online pada Elasc Kebaya.....	90
4.7.3 Pengaruh Keuntungan Relatif terhadap Sikap Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara Online pada Elasc Kebaya.....	92
4.7.4 Pengaruh Kompatibilitas terhadap Sikap Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara Online pada Elasc Kebaya	93
4.7.5 Pengaruh Kepemilikan Psikologis terhadap Sikap Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara Online pada Elasc Kebaya.....	95
4.7.6 Pengaruh Kepentingan Ekologis terhadap Sikap Konsumen dalam Menyewa Busana Tradisional Jawa secara Online pada Elasc Kebaya.....	97
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Implikasi Manajerial	100
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	102
5.4 Arahan Riset Mendatang.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Responden Pelanggan Elasc dan Keperluan Menyewa	9
Tabel 1. 2 Ulasan Pelanggan Elasc Kebaya.....	10
Tabel 3. 1 Pertanyaan dalam Variabel Sikap	55
Tabel 3. 2 Pertanyaan dalam Variabel Norma Sosial	56
Tabel 3. 3 Pertanyaan dalam Variabel Keuntungan Relatif	57
Tabel 3. 4 Pertanyaan dalam Variabel Kompatibilitas.....	58
Tabel 3. 5 Pertanyaan dalam Variabel Kepemilikan Psikologis	59
Tabel 3. 6 Pertanyaan dalam Variabel Kepentingan Ekologi	60
Tabel 3. 7 Pertanyaan dalam Variabel Niat Perilaku	61
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	69
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Outer Loading.....	72
Tabel 4. 3 Hasil uji Validitas Konstruk Berdasarkan Nilai Avarage Variance Extracted.	73
Tabel 4. 4 Fornell-Larcker Criterion.....	74
Tabel 4. 5 Nilai Cross Loading	75
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4. 7 Kriteria Interval Nilai Rata-rata Variabel	77
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	78
Tabel 4. 9 Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	82
Tabel 4. 10 Nilai Effect Size (F^2).....	83
Tabel 4. 11 Predictive Relevance.....	84
Tabel 4. 12 Model Fit.....	85
Tabel 4. 13 Pengujian Hipotesis	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna internet di Indonesia	4
Gambar 1. 2 Sebaran UMKM dengan fokus penyewaan busana tradisional baik online maupun on-site.....	4
Gambar 1. 3 Data Rekapitulasi Omset Penyewaan Elasc Kebaya tahun 2022	8
Gambar 1. 4 Data Rekapitulasi Omset Penyewaan Elasc Kebaya Bulan Januari - April 2023	9
Gambar 2. 1. Sharing economy dalam pusaran inovasi disruptive.	24
Gambar 2. 2. Skema Teori Reasoned of Action	30
Gambar 4. 1 Model Penelitian	70
Gambar 4. 2 Model Struktural (Inner Model).....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2. Hasil Uji Instrumen Penelitian	115
Lampiran 3. Outer Model	119
Lampiran 4. Path Coefficient.....	120