

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Daftar Grafik.....	xv
Intisari	xvi
<i>Abstract</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	19
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	20
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Manfaat	20
1.5.1 Manfaat Akademik.....	21
1.5.2 Manfaat Praktis	21
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Teori <i>Stimulus-Organism Response</i> (SOR).....	22
2.1.2 Orientasi Fesyen.....	23
2.1.2.1 Kepimpinan Fesyen	24
2.1.2.2 Ketertarikan Fesyen	25

2.1.2.3 Kepedulian terhadap berpenampilan menarik/rapi	26
2.1.3 Kepribadian Mal	26
2.1.4 Nilai Berbelanja	28
2.1.5 Niat Mengunjungi Kembali mal	29
2.2 Pengembangan Hipotesis	30
2.2.1 Orientasi Fesyen dengan Nilai Berbelanja.....	30
2.2.2 Orientasi Fesyen dengan Kepribadian Mal	31
2.2.3 Kepribadian Mal dengan Nilai Berbelanja.....	32
2.2.4 Nilai Berbelanja dengan Niat Mengunjungi Kembali Mal	33
2.3 Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	36
3.2.1 Orientasi Fesyen.....	36
3.2.2 Kepribadian Mal	37
3.2.3 Nilai Berbelanja	38
3.2.4 Niat Mengunjungi Kembali Mal	39
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel dan Desain Pengambilan Sampel.....	40
3.3.3 Ukuran Sampel.....	40
3.4 Objek Penelitian.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1 Waktu Pengumpulan data.....	42
3.6 Instrumen Penelitian	42

3.7 Pengujian Instrumen	43
3.7.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
3.7.1.1 Uji Validitas.....	44
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	45
3.8 Metode Analisis Data	45
3.9 Pengujian Model Struktural (<i>inner model</i>)	46
3.9.1 Uji Multikolinearitas	46
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.9.3 Uji Ukuran Efek (f^2).....	47
3.9.4 Uji Relevansi Prediktif (Q^2) melalui metode <i>blindfolding</i>	47
3.9.5 Uji koefisien jalur melalui metode <i>bootstrapping</i>	48
3.8.3 Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Profil responden	50
4.1.1 Jenis Kelamin.....	50
4.1.2 Usia	51
4.1.3 Pekerjaan.....	52
4.1.4 Pendapatan Bulanan.....	52
4.1.5 Pengeluaran Rutin Bulanan Pribadi (Di luar investasi atau cicilan kredit).....	53
4.1.6 Durasi Kunjungan Saat Berada di Mal	54
4.1.7 Aktivitas yang dilakukan di Mal	55
4.1.8 Mal yang jarang dikunjungi	56
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	58
4.3 Analisis Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	61
4.3.1 Uji Validitas.....	61

4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen.....	61
4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	64
4.3.2 Uji Reliabilitas	66
4.4 Analisis Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	68
4.4.3 Uji Kolinearitas.....	68
4.4.4 Uji koefisien determinasi (R^2).....	68
4.4.5 Uji Pengaruh (f^2).....	70
4.4.6 Uji Relevansi Prediktif (Q^2) menggunakan metode <i>blindfolding</i>	70
4.4.7 Uji Koefisien Jalur melalui metode <i>bootstrapping</i>	71
4.4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	73
4.4.5.1 Pengaruh Orientasi Fesyen pada Nilai Berbelanja.....	74
4.4.5.2 Pengaruh Orientasi Fesyen Pada Kepribadian Mal.....	75
4.4.5.3 Pengaruh Kepribadian Mal pada Nilai Berbelanja.....	75
4.4.5.4 Pengaruh Nilai Berbelanja pada Niat Mengunjungi Kembali Mal	76
4.5 Pembahasan.....	77
4.5.1 Hipotesis Pertama	77
4.5.2 Hipotesis Kedua	79
4.5.3 Hipotesis Ketiga.....	80
4.5.4 Hipotesis Keempat	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1. Simpulan	83
5.2 Implikasi Penelitian	84
5.2.1 Implikasi Teoritis	84
5.2.2 Implikasi Manajerial	85
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	86

5.4 Saran Penelitian	86
Daftar Pustaka.....	88
Lampiran.....	98