

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Praktikal .....	7
1.5.2 Manfaat Teoritis .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Teori Perilaku Terencana .....	9
2.1.2 Niat Beli Konsumen .....	10
2.1.3 Kepedulian Lingkungan Konsumen.....	11
2.1.4 Tingkat Pengetahuan Konsumen.....	11
2.1.5 Pengaruh Sosial .....	12
2.1.6 Sensitivitas Harga.....	13
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	14
2.2.1 Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Niat Pembelian Produk Fesyen Berkelanjutan .....	14
2.2.2 Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Niat Pembelian Produk Fesyen Berkelanjutan .....	14

2.2.3 Pengaruh Sosial terhadap Niat Pembelian Produk Fesyen Berkelanjutan...	15
2.2.4 Pengaruh Sensitivitas Harga terhadap Niat Pembelian Produk Fesyen Berkelanjutan .....	16
2.3 Model Riset .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Desain Penelitian .....	19
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	20
3.2.1 Kepedulian Lingkungan .....	20
3.2.2 Pengetahuan Konsumen .....	21
3.2.3 Lingkungan Sosial .....	21
3.2.4 Sensitivitas Harga .....	22
3.2.5 Niat Beli .....	23
3.3 Populasi dan Sampel .....	23
3.3.1 Populasi .....	23
3.3.2 Sampel .....	23
3.3.3 Ukuran Sampel .....	24
3.4 Lokasi Penelitian .....	24
3.5 Objek Penelitian .....	24
3.6 Instrumen Penelitian .....	25
3.6.1 Pembuka .....	25
3.6.2 Profil responden .....	25
3.6.3 Pertanyaan mengenai variabel .....	25
3.6.4 Penutup .....	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.7.1 Data Primer .....	26
3.7.2 Data Sekunder .....	26
3.8 Teknik Analisis Data .....	26
3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	27
3.8.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	27
3.9 Pengujian Instrumen .....	28

3.9.1 Uji Validitas .....	28
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.10 Pengujian Hipotesis.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Deskripsi Data .....	30
4.2 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	30
4.2.1 Uji Validitas .....	30
4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen .....	31
4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan .....	34
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	36
4.3 Profil Responden .....	36
4.4 Analisis Deskriptif.....	38
4.5 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	41
4.5.1 Evaluasi Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> ) .....	41
4.5.2 Evaluasi f square .....	42
4.6 Pengujian Hipotesis.....	43
4.6.1 Pengujian Hipotesis Satu : Kepedulian Lingkungan Berpengaruh Positif terhadap Niat Pembelian Produk Fesyen Berkelanjutan.....	44
4.6.2 Pengujian Hipotesis Dua : Pengetahuan Konsumen Berpengaruh Positif terhadap Niat Pembelian Produk Fesyen Berkelanjutan.....	44
4.6.3 Pengujian Hipotesis Tiga : Lingkungan Sosial Berpengaruh Positif terhadap Niat Pembelian Produk Fesyen Berkelanjutan .....	45
4.6.4 Pengujian Hipotesis Empat : Sensitivitas Harga Berpengaruh Negatif terhadap Niat Pembelian Produk Fesyen Berkelanjutan.....	45
4.7 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
4.7.1 Hipotesis Satu.....	46
4.7.2 Hipotesis Dua .....	47
4.7.3 Hipotesis Tiga .....	48
4.7.4 Hipotesis Empat .....	49

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN.....</b>	<b>51</b>
5.1	Simpulan.....	51
5.2	Implikasi Manajerial .....	52
5.2.1	Asumsi Pasar.....	52
5.2.2	Masalah Utama Pasar.....	52
5.2.3	<i>Strategic Framing</i> .....	52
5.2.3.1	Rekomendasi Strategi Manajerial.....	53
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	54
5.4	Saran.....	54
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>