

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	24
1.3 Pertanyaan Penelitian	26
1.4 Tujuan Penelitian	26
1.5 Manfaat Penelitian	27
1.5.1 Bagi Akademisi	27
1.5.2 Bagi Praktisi	28
1.6 Lingkup Penelitian	28
BAB 2	30
2.1 Tinjauan Teoritis	30
2.1.1 <i>Eco-Fashion</i>	30
2.1.2 Teori Perilaku Terencana (TPB)	32
2.2 Variabel <i>Independent</i>	35
2.2.1 Norma Subjektif (SN)	35
2.2.2 Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (PBC)	37
2.2.3 Sikap (AT)	40

2.2.4	Nilai Konsumsi Hijau (GCV).....	43
2.2.5	Kebutuhan akan keunikan (NFU)	44
2.3	Variabel <i>Dependent</i>	46
2.3.1	Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	46
2.4	Pengembangan Hipotesis	49
2.4.1	Pengaruh Norma Subjektif (SN) pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	49
2.4.2	Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (PBC) pada Niat Beli <i>Eco-fashion</i> (PI)	52
2.4.3	Pengaruh Sikap (AT) pada Niat Beli <i>Eco-fashion</i> (PI).....	56
2.4.4	Pengaruh Nilai Konsumsi Hijau (GCV) pada Niat Beli <i>Eco-fashion</i> (PI)	58
2.4.5	Pengaruh Kebutuhan akan Keunikan (NFU) pada Niat Beli <i>Eco-fashion</i> (PI)	60
2.5	Kajian Penelitian Terdahulu.....	61
2.6	Model Penelitian	65
BAB 3		67
3.1	Desain Penelitian.....	67
3.2	Definisi Operasional dan Indikator Pengukuran	69
3.2.1	Norma Subjektif (SN)	70
3.2.2	Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (PBC)	71
3.2.3	Sikap (AT).....	72
3.2.4	Nilai Konsumsi Hijau (GCV).....	73
3.2.5	Kebutuhan akan Keunikan (NFU)	74
3.2.6	Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	75
3.3	Metode Pengumpulan Data	77
3.3.1	Skema Penyebaran Kuesioner.....	77

3.3.2	Instrumen Penelitian.....	78
3.4	Desain Pengambilan Sampel.....	80
3.4.1	Metode Pengambilan Sampel.....	80
3.4.2	Populasi dan Unit Sampel	81
3.4.3	Ukuran Sampel.....	82
3.5	Metode Analisis Data	83
3.5.1	Evaluasi Model Pengukuran (Uji <i>Outer Model</i>)	84
3.5.2	Evaluasi Model Struktural (Uji <i>Inner Model</i>)	87
3.5.3	Uji Kecocokan Model (<i>Model Fit</i>).....	89
3.5.4	Uji Hipotesis (<i>Path Coefficient</i>).....	90
BAB 4		92
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	92
4.2	Profil Responden.....	93
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	98
4.4	Evaluasi Model Pengukuran (Uji <i>Outer Model</i>)	103
4.4.1	Uji Validitas	104
4.4.2	Uji Reliabilitas	109
4.5	Evaluasi Model Struktural (Uji <i>Inner Model</i>).....	111
4.5.1	Uji <i>R Square</i> (R^2) atau <i>Coefficient of Determination</i>	112
4.5.2	Uji <i>Q Square</i> (Q^2) atau <i>Predictive Relevance</i>	113
4.6	Pengujian Kecocokan Model	115
4.7	Pengujian Hipotesis.....	117
4.7.1	Norma Subjektif (SN) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI).....	118
4.7.2	Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (PBC) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	119

4.7.3	Sikap (AT) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	120
4.7.4	Nilai Konsumsi Hijau (GCV) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	121
4.7.5	Kebutuhan akan Keunikan (NFU) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	122
4.8	Pembahasan Hasil Hipotesis	123
4.8.1	Pembahasan Hipotesis Norma Subjektif (SN) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	124
4.8.2	Pembahasan Hipotesis Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (PBC) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	126
4.8.3	Pembahasan Hipotesis Sikap (AT) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	130
4.8.4	Pembahasan Hipotesis Nilai Konsumsi Hijau (GCV) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	133
4.9.5	Pembahasan Hipotesis Kebutuhan akan Keunikan (NFU) Berpengaruh Positif pada Niat Beli Produk <i>Eco-fashion</i> (PI)	135
BAB 5		137
5.1	Kesimpulan	137
5.2	Implikasi Manajerial	138
5.3	Keterbatasan Penelitian	140
5.4	Saran Penelitian Mendatang	141
DAFTAR PUSTAKA		143
DAFTAR LAMPIRAN		149