



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
ABSTRACT	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Lingkup Penelitian.....	9
1.6. Kontribusi Penelitian.....	10
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1. Teori Kognitif Sosial	12
2.2. Media Massa.....	14
2.3. Media Personal.....	14
2.4. Kesadaran Fesyen	15
2.5. Kepemimpinan Fesyen	16
2.6. Patronase Toko Daring.....	17
2.7. Kajian Penelitian Terdahulu	18
2.8. Pengaruh Media pada Kesadaran Fesyen	24
2.9. Pengaruh Media pada Kepemimpinan Fesyen	25
2.10. Pengaruh Kesadaran Fesyen dan Kepemimpinan Fesyen.....	26
2.11. Pengaruh Kepemimpinan Fesyen dan Patronase Toko Daring	26
2.12. Model Penelitian.....	27
BAB III METODA PENELITIAN.....	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Desain Pengambilan Sampel.....	28
3.2.1. Metoda Pengambilan Sampel	28
3.2.2. Populasi dan Unit Sampel	29
3.2.3. Ukuran Sampel.....	29
3.3. Metoda Pengumpulan Data	30
3.4. Definisi Operasional	31
3.4.1. Media Massa	31
3.4.2. Media Personal.....	32
3.4.3. Kesadaran Fesyen	33
3.4.4. Kepemimpinan Fesyen.....	34
3.4.5. Patronase Toko Daring	35
3.5. Instrumen Penelitian	36
3.6. Pengujian Instrumen	36



3.6.1. Pengujian Validitas	36
3.6.2. Pengujian Reliabilitas	37
3.7. Metode Analisis Data	38
3.7.1. PLS (Partial Least Square).....	38
3.7.2. Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	39
3.7.3. Pengujian Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	39
3.7.4. Uji Hipotesis	40
BAB IV ANALISIS DATA.....	41
4.1. Karakteristik Responden	41
4.2. Analisis Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	42
4.2.1. Uji Validitas Konvergen	42
4.2.2. Uji Validitas Diskriminan	45
4.2.3. Uji Reliabilitas	48
4.3. Statistik Deskriptif.....	49
4.4. Analisis Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	50
4.4.1. Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.4.2. Uji Hipotesis	52
4.5. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	56
4.6. Pengaruh Media Massa pada Kesadaran Fesyen	57
4.7. Pengaruh Media Massa pada Kepemimpinan Fesyen	57
4.8. Pengaruh Media Personal pada Kesadaran Fesyen	58
4.9. Pengaruh Media Personal pada Kepemimpinan Fesyen	59
4.10. Pengaruh Kesadaran Fesyen pada Kepemimpinan Fesyen.....	60
4.11. Pengaruh Kepemimpinan Fesyen pada Patronase Toko Daring	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1. Simpulan	62
5.2. Keterbatasan Penelitian	63
5.3. Saran	64
DAFTAR REFERENSI.....	65
Lampiran 1	71
Lampiran 2	76
Lampiran 3	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Persentase Penetrasi Internet di Asia Tenggara pada Januari 2017.....	2
Tabel 1.2. Persentase Produk yang Pernah Dibeli Secara Daring	7
Tabel 2.1. Persentase Produk yang Pernah Dibeli Secara Daring	19
Tabel 3.1. Butir Pengukuran Media Massa	31
Tabel 3.2. Butir Pengukuran Media Personal	32
Tabel 3.3. Butir Pengukuran Kesadaran Fesyen	33
Tabel 3.4. Butir Pengukuran Kepemimpinan Fesyen	34
Tabel 3.5. Butir Pengukuran Patronase Toko Daring	35
Tabel 4.1. Profil Responden	41
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan <i>Outer Loading</i>	43
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan <i>Outer Loading</i> Setelah Instrumen MM3 dan MM4 Dihapus	44
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan <i>Average Variance Extracted</i> ..	45
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan <i>Cross Loading</i>	46
Tabel 4.6. Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE	47
Tabel 4.7. Nilai Korelasi Variabel Laten	47
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	48
Tabel 4.9. Statistika Deskriptif	49
Tabel 4.10. Hasil Uji Model Struktural dengan Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.11. Koefisien Jalur (β) sebagai Hasil Uji Hipotesis	54
Tabel 4.12. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo Zalora Indonesia	5
Gambar 2.1. Model Penelitian	27
Gambar 4.1. Hasil Uji Hipotesis dengan Proses <i>Bootstrapping</i>	53