

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Brand Sustainable Fashion per-2025.....	4
Tabel 1.2 Konten Instagram Pijak Bumi.....	6
Tabel 1.3 Waktu dan Periode Penelitian.....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terhadap Jurnal Nasional.....	25
Tabel 2.2 Penelitian Terhadap Jurnal Internasional.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 3.4 Hasil Uji Cronbach's Alpha.....	49
Tabel 3.5 Hasil Uji Cronbach's Alpha.....	49
Tabel 3.6 Kategori Interpretasi Skor.....	50
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Sumber.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik <i>Screening Question</i> 1.....	58
Tabel 4.5 Karakteristik <i>Screening Question</i> 2.....	58
Tabel 4.6 Pernyataan No. 1.....	59
Tabel 4.7 Pernyataan No. 2.....	60
Tabel 4.8 Pernyataan No. 3.....	61
Tabel 4.9 Hasil Responden Dalam Sub Variabel Interaction.....	61
Tabel 4.10 Pernyataan No. 4.....	63
Tabel 4.11 Pernyataan No. 5.....	64
Tabel 4.12 Pernyataan No. 6.....	64
Tabel 4.13 Hasil Responden Dalam Sub Variabel Entertainment.....	65
Tabel 4.14 Pernyataan No. 7.....	67
Tabel 4.15 Pernyataan No. 8.....	67
Tabel 4.16 Pernyataan No. 9.....	68
Tabel 4.17 Hasil Responden Dalam Sub Variabel Customization.....	68
Tabel 4.18 Pernyataan No. 10.....	70
Tabel 4.19 Pernyataan No. 11.....	71
Tabel 4.20 Pernyataan No. 12.....	71
Tabel 4.21 Hasil Responden Dalam Sub Variabel Trendiness.....	72

Tabel 4.22 Pernyataan No. 13.....	73
Tabel 4.23 Pernyataan No. 14.....	74
Tabel 4.24 Pernyataan No. 15.....	75
Tabel 4.25 Hasil Responden Dalam Sub Variabel E-WOM.....	75
Tabel 4.26 Rekap Tanggapan Responden Pada Penggunaan Media Sosial (X).....	77
Tabel 4.27 Pernyataan No. 16.....	78
Tabel 4.28 Pernyataan No. 17.....	79
Tabel 4.29 Pernyataan No. 18.....	79
Tabel 4.30 Hasil Responden Dalam Sub Variabel Strength.....	80
Tabel 4.31 Pernyataan No. 19.....	82
Tabel 4.32 Pernyataan No. 20.....	82
Tabel 4.33 Pernyataan No. 21.....	83
Tabel 4.34 Hasil Responden Dalam Sub Variabel Favorability.....	83
Tabel 4.35 Pernyataan No. 22.....	85
Tabel 4.36 Pernyataan No. 23.....	86
Tabel 4.37 Pernyataan No. 24.....	86
Tabel 4.38 Hasil Responden Dalam Sub Variabel Uniqueness.....	87
Tabel 4.39 Rekap Tanggapan Responden Pada Brand Image (Y).....	87
Tabel 4.40 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	91