

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Industri <i>Fashion</i>	1
1.1.2 <i>Sustainable Fashion</i>	2
1.1.3 <i>Brand</i> Lokal <i>Eco-Fashion</i> di Indonesia.....	4
1.2 Latar Belakang Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Perilaku Konsumen	19
2.1.3 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	17
2.1.4 <i>Social Responsibility</i>	19
2.1.5 <i>Trust</i>	20

2.1.6	<i>Attitude</i>	21
2.1.7	<i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	22
2.1.8	<i>Purchase Intention</i>	24
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	25
2.1.1	Hubungan Antara <i>Social Responsibility</i> dengan <i>Trust</i>	27
2.1.2	Hubungan Antara <i>Social Responsibility</i> dengan <i>Attitude</i>	27
2.1.3	Hubungan Antara <i>Social Responsibility</i> dengan <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	28
2.1.4	Hubungan Antara <i>Trust</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	29
2.1.5	Hubungan Antara <i>Attitude</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	30
2.1.6	Hubungan Antara <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	31
2.3	Penelitian Terdahulu	33
2.4	Kerangka Penelitian	38
2.5	Hipotesis Penelitian.....	39
2.6	Ruang Lingkup Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	42
3.2.1	Variabel Penelitian	43
3.2.2	Skala Pengukuran	45
3.3	Tahapan Penelitian	46
3.4	Populasi dan Sampel	47
3.4.1	Populasi.....	47
3.4.2	Sampel.....	48
3.5	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1	Data Primer	50
3.5.2	Data sekunder	50
3.6	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	51
3.6.1	Uji Validitas	52
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	54
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	54
3.7.2	<i>Structural Equation Model</i>	54

3.7.3	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	56
3.7.4	Pengukuran Model (<i>Outer model</i>)	56
3.7.5	Pengukuran Struktural (<i>Inner model</i>)	58
3.7.6	Efek Mediasi	59
3.7.7	Pengujian Hipotesis	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Pegumpulan Data	63
4.2	Karakteristik Responden	63
4.2.1	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.2	Karakteristik berdasarkan Usia.....	65
4.2.3	Karakteristik berdasarkan Penghasilan	66
4.3	Hasil Penelitian	67
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	67
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif	81
4.4	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	84
4.4.1	Hasil Pengukuran Model (<i>Outer model</i>).....	84
4.4.2	Hasil Struktural (<i>Inner model</i>).....	90
4.5	Pengujian Hipotesis	96
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	102
4.6.1	<i>Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Trust</i>	102
4.6.2	<i>Trust</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i>	103
4.6.3	<i>Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Attitude</i> ..	104
4.6.4	<i>Attitude</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i>	104
4.6.5	<i>Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	105
4.6.6	<i>Perceived Consumer Effectiveness</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i>	106
4.6.7	<i>Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Trust</i>	107
4.6.8	<i>Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Attitude</i>	108
4.6.9	<i>Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Perceived Consumer Effectiveness</i>	109
4.6.10	<i>Social Responsibility</i> Tidak berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i>	110

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	114
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	127