

DAFTAR ISI

ABSTRAK	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitan	1
1.2 Masalah Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Pertanyaan Penelitian	18
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	19
1.6 Kontribusi Penelitian	20
1.7 Garis Besar Penelitian	21
BAB II	23
2.1 Konsep Pakaian Olahraga.....	23
2.2 Konsumsi Pakaian Olahraga	25
2.3 Konsep Nilai (Terminal & Instrumental)	27
2.4 Aktivisme Merek	29
2.5 Kesadaran Merek.....	31
2.6 Niat Perilaku.....	33
2.7 Nilai (Terminal & Instrumental) dan Kesadaran merek	34
2.8 Aktivisme merek dan Kesadaran Merek	35
2.9 Nilai (Terminal & Instrumental) dan Aktivisme Merek	37
2.10 Nilai (Terminal & Instrumental) dan Niat perilaku / Behavioral Intention.....	39
2.11 Aktivisme Merek dan Niat Perilaku / Behavioral Intention	40
2.12 Kesadaran merek dan Niat Perilaku / Behavioral Intention	42

2.13	Kesadaran Merek sebagai Mediasi Nilai (terminal & Instrumental) dan Niat Perilaku / Behavioral Intention.....	44
2.14	Kesadaran Merek sebagai Mediasi Aktivisme Merek dan Niat Perilaku / Behavioral Intention	46
2.15	Model Konseptual	48
BAB III	49
3.1	Paradigma Penelitian.....	49
3.2	Penelitian Kuantitatif.....	53
3.3	Desain Penelitian.....	55
3.4	Objek Penelitian.....	58
3.5	Unit Analisis.....	60
3.6	Pengukuran Variabel.....	62
3.7	Definisi Konseptual dan Operasional.....	63
3.8	Skala Pengukuran.....	68
3.9	Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.10	Etika Pengumpulan Data	73
3.11	Teknik Pengambilan Sampel	74
3.12	Ukuran Sampel.....	78
3.13	Teknik Analisis Data.....	79
	Statistik Deskriptif	80
	Statistik Inferensial	81
3.14	<i>Goodness of the Data</i>	82
	Pengukuran Validitas	82
	Pengukuran Reliabilitas	84
3.15	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	85
3.16	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	87
3.17	<i>Preliminary Test</i>	90
	<i>Validity Pre-Test Result</i>	91
	<i>Convergent Validity Pre-Test</i>	91
	<i>Discriminant Validity Pre-Test</i>	95
	<i>Reliability Pre-Test Result</i>	98

BAB IV	101
4.1 Profil Responden	101
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
Responden Berdasarkan Umur	103
Responden Berdasarkan Domisili	104
Responden Berdasarkan Profesi.....	105
Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan.....	105
4.2 Pengujian Aktual.....	106
Statistik Deskriptif	106
Statistik Inferensial	109
<i>Convergent Validity Test</i> – Pengujian Aktual.....	109
<i>Discriminant Validity Test</i> – Pengujian Aktual	111
<i>Outer Model</i>	116
<i>Common Method Bias</i>	117
<i>Goodness of Fit (GoF)</i>	119
<i>R-Square (R2)</i>	121
Relevansi Prediktif (<i>Q2</i>)	122
<i>Hypotheses Testing</i>	123
<i>Inner Model</i>	136
<i>Importance Performance Map Analysis (IPMA)</i>	137
4.3 Pembahasan.....	140
Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Saat Ini.....	151
BAB V	153
5.1 Kesimpulan	153
5.2 Implikasi Teoritis	155
5.3 Implikasi Manajerial	156
5.4 Batasan Penelitian.....	158
5.5 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	159
REFERENSI.....	161
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

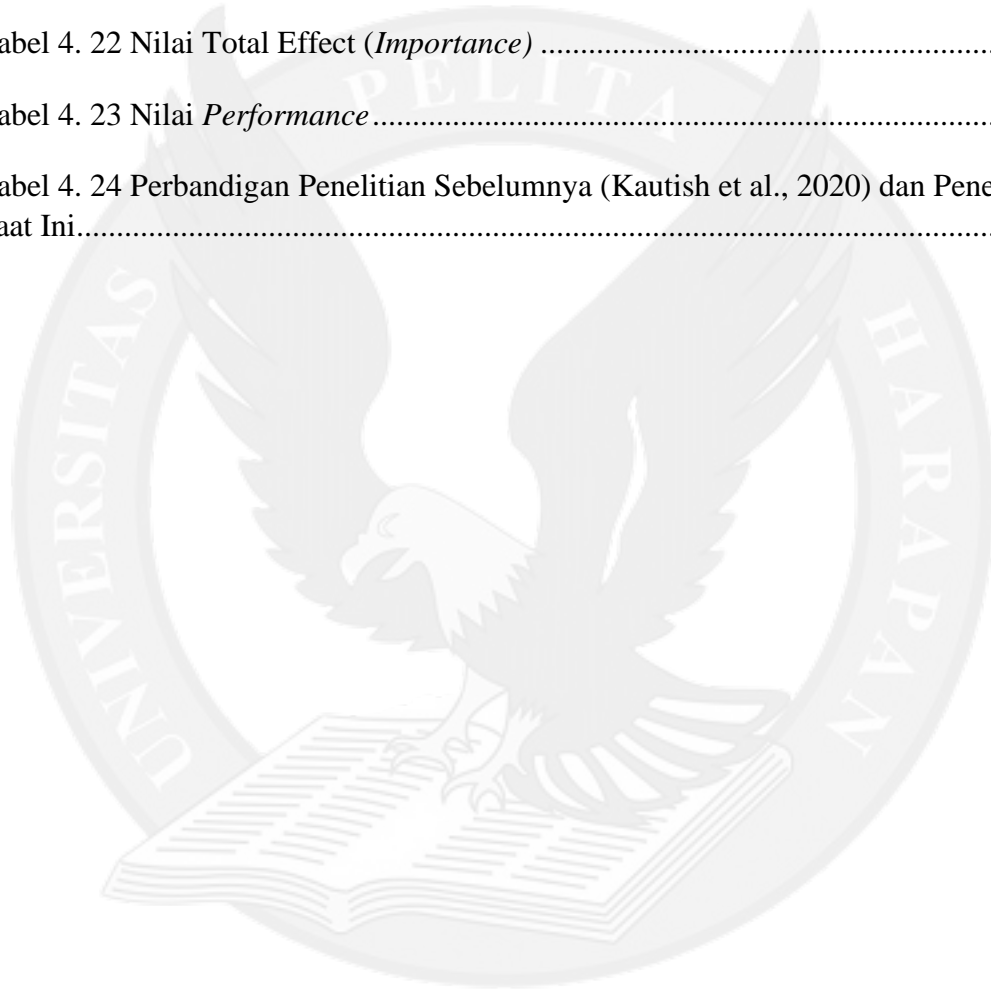
Gambar 1. 1 Total Pendapatan Pasar Pakaian Olahraga tahun 2012 - 2025 (dalam miliar USD).....	2
Gambar 1. 2 Sportswear Market Capitalization Index 2020.....	5
Gambar 1. 3 Top 20 Rank Global Brand 2021	7
Gambar 1. 4 Total Brand Value 2000 to 2021 (in million USD).....	8
Gambar 1. 5 Iklan Anti-rasisme Nike “For Once, Don’t Do It”	11
Gambar 1. 6 Revenue Sports & Outdoor Goods Market in Indonesia (in million USD).....	15
Gambar 2. 1 Model Konseptual	48
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	116
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i>	136
Gambar 4. 3 Grafik IPMA.....	138

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Perbandingan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif	52
Tabel 3. 2 Perbandingan Desain Penelitian Dasar	57
Tabel 3. 3 <i>Conceptual & Operational Definition</i>	64
Tabel 3. 4 Skala Likert	71
Tabel 3. 5 Perbandingan Metode Pengambilan Sampel.....	75
Tabel 3. 6 Rangkuman <i>Rule of Thumb</i>	89
Tabel 3. 7 Hasil <i>Convergent Validity Pre-Test</i> Nilai Terminal (<i>Terminal Value</i>).....	92
Tabel 3. 8 Hasil <i>Convergent Validity Pre-Test</i> Nilai Instrumental (<i>Instrumental Value</i>)	92
Tabel 3. 9 Hasil <i>Convergent Validity Pre-Test</i> Aktivisme Merek (<i>Brand Activism</i>)...	93
Tabel 3. 10 Hasil <i>Convergent Validity Pre-Test</i> Kesadaran Merek (<i>Brand Consciousness</i>)	93
Tabel 3. 11 Hasil <i>Convergent Validity Pre-Test</i> Niat Perilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	94
Tabel 3. 12 Hasil <i>Convergent Validity AVE Pre-Test</i>	94
Tabel 3. 13 Hasil <i>Discriminant Validity Pre-Test</i> Nilai Terminal (<i>Terminal Value</i>) ..	95
Tabel 3. 14 Hasil <i>Discriminant Validity Pre-Test</i> Nilai Instrumental (<i>Instrumental Value</i>)	95
Tabel 3. 15 Hasil <i>Discriminant Validity Pre-Test</i> Aktivisme Merek (<i>Brand Activism</i>)	96
Tabel 3. 16 Hasil <i>Discriminant Validity Pre-Test</i> Kesadaran Merek (<i>Brand Consciousness</i>)	97
Tabel 3. 17 Hasil <i>Discriminant Validity Pre-Test</i> Niat Perilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	97

Tabel 3. 18 Hasil <i>Cronbach's Reliability Pre-Test</i>	98
Tabel 3. 19 Hasil <i>Composite Reliability Pre-Test</i>	99
Tabel 4. 1 Presentase Jenis Kelamin	102
Tabel 4. 2 Presentase Usia.....	103
Tabel 4. 3 Presentase Domisili.....	104
Tabel 4. 4 Presentase Profesi.....	105
Tabel 4. 5 Presentase Penghasilan Bulanan	106
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif	107
Tabel 4. 7 <i>Convergent Validity-Factor Loading >0.70</i> untuk Uji Aktual	110
Tabel 4. 8 <i>Convergent Validity-AVE</i> untuk Uji Aktual.....	111
Tabel 4. 9 <i>Discriminant Validity-Cross Loadings >0.70</i> untuk Uji aktual.....	112
Tabel 4. 10 <i>Discriminant Validity-Heterotrait Monotrait (HTMT)</i> untuk Uji Aktual melalui SmartPLS	113
Tabel 4. 11 <i>Discriminant Validity-Heterotrait Monotrait (HTMT)</i> untuk Uji Aktual melalui Kalkulasi Henseler	114
Tabel 4. 12 <i>Discriminant Validity-Heterotrait Monotrait 2 (HTMT2)</i> untuk Uji Aktual melalui Kalkulasi Henseler	114
Tabel 4. 13 Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> untuk Uji Aktual	115
Tabel 4. 14 <i>Outer VIF Value</i>	117
Tabel 4. 15 <i>Inner VIF Value</i>	118
Tabel 4. 16 Perhitungan Index <i>Goodness of Fit</i>	119
Tabel 4. 17 Rangkuman Model Fit.....	120

Tabel 4. 18 <i>R-square Value</i>	122
Tabel 4. 19 <i>Q-square Value</i>	123
Tabel 4. 20 Hasil <i>Hypotheses Testing</i>	124
Tabel 4. 21 Analisis Mediasi.....	126
Tabel 4. 22 Nilai Total Effect (<i>Importance</i>)	138
Tabel 4. 23 Nilai <i>Performance</i>	139
Tabel 4. 24 Perbandingan Penelitian Sebelumnya (Kautish et al., 2020) dan Penelitian Saat Ini.....	152



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B	A-2
LAMPIRAN C	A-3
LAMPIRAN D	A-4
LAMPIRAN E	A-5
LAMPIRAN F	A-6
LAMPIRAN G	A-7
LAMPIRAN H	A-8

