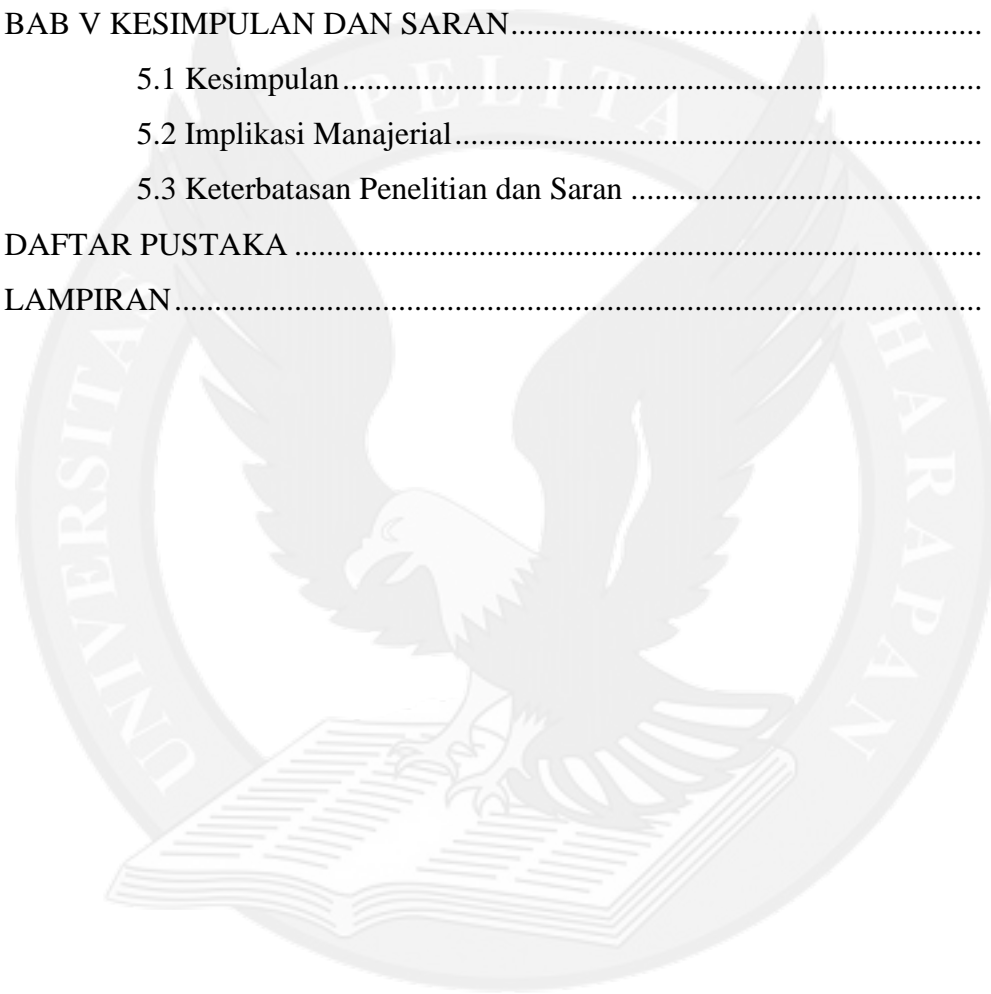


DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.6 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	14
2.1 Pemasaran.....	14
2.2 Perilaku Konsumen.....	16
2.3 Terminal Value	18
2.4 Instrumental Value	19
2.5 Fashion consciousness.....	20
2.6 Behavioural intentions.....	21
2.7 Fast Fashion.....	22
2.8 Hubungan Antar- Variabel	23
2.9 Model Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Unit Analisis	31
3.3 Tipe Penelitian	32
3.4 Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian	33
3.5 Populasi dan Sampel.....	37
3.5.1 Populasi	37

3.5.2	Sampel	38
	3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6.1	Skala Pengukuran	40
	3.7 Metode Analisis Data	41
3.7.1	Statistik Deskriptif	42
3.7.2	Statistik Inferensial	43
	3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	48
3.8.1	Uji Validitas	49
3.8.2	Uji Realibilitas	50
	3.9 Hasil Uji Instrumen	51
3.9.1	Hasil Uji Instrumen Validitas Konvergen	52
3.9.2	Hasil Uji Instrumen Validitas Diskriminan	55
3.9.3	Hasil Uji Instrumen Reliabilitas	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		60
	4.1 Karakteristik Responden.....	60
4.1.1	Jenis Kelamin.....	60
4.1.2	Usia	61
4.1.3	Tingkat Pendidikan	61
4.1.4	Pekerjaan.....	62
4.1.5	Domisili	63
4.1.6	Penghasilan Perbulan	65
4.1.7	Kunjungan Terakhir	66
	4.2 Hasil Analisis Data	66
4.2.1	Statistik Deskriptif	67
4.2.2	Statistik Inferensial	73
	4.3 Pembahasan	85
4.3.1	H1: Adanya pengaruh <i>terminal value</i> yang signifikan terhadap <i>fashion consciousness</i>	86
4.3.2	H2: Adanya pengaruh <i>instrumental value</i> yang signifikan terhadap <i>fashion consciousness</i>	87

4.3.3 H3: Adanya pengaruh <i>terminal value</i> yang signifikan terhadap <i>behavioural Intention</i>	88
4.3.4 H4: Adanya pengaruh <i>instrumental value</i> yang signifikan terhadap <i>behavioural Intention</i>	89
4.3.5 H5: <i>Fashion Consciousness</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>behavioural intention</i>	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Implikasi Manajerial.....	92
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brand Value of H&M.....	7
Gambar 1. 2 Merek Fesyen dengan Penilaian Konsumen Tertinggi 2021.....	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian	29
Gambar 3. 1 Path Model	46
Gambar 3. 2 Model Uji Instrumen Pendahuluan.....	52
Gambar 4. 1 Model Uji Instrumen Pendahuluan.....	73
Gambar 4. 2 Path Model PLS Algorithm	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Major Global Apparel Manufacturer and Retailer	6
Tabel 3. 1 DKDO	33
Tabel 3. 2 Klasifikasi Nilai	43
Tabel 3. 3 Hasil Uji Data Validitas Konvergen Pendahuluan – Outer Loadings	53
Tabel 3. 4 Hasil Uji Data Validitas Diskriminan Pendahuluan – Outer Loadings	55
Tabel 3. 5 Hasil Uji Data Validitas Diskriminan Pendahuluan - Fornell Larcker	55
Tabel 3. 6 Hasil Uji Data Validitas Diskriminan Pendahuluan Heterotrait - Monotrait Ratio (HTMT)	56
Tabel 3. 7 Hasil Uji Data Reliabilitas Pendahuluan – cronbach’s alpha dan composite reliability	57
Tabel 3. 8 Hasil Uji Data Validitas Konvergen Pendahuluan – Average variance extracted (AVE)	58
Tabel 4. 1 Profil Responden berdasarkan gender	60
Tabel 4. 2 Profil Responden berdasarkan usia	61
Tabel 4. 3 Profil Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	62
Tabel 4. 4 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 5 Profil Responden berdasarkan Domisili	63
Tabel 4. 6 Profil Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan	65
Tabel 4. 7 Profil Responden berdasarkan Kunjungan Dalam 6 Bulan Terakhir	66
Tabel 4. 8 Klasifikasi Nilai	67
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Terminal Values	68
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Instrumental Values	70
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Fashion Consciousness	71
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Behavioural Intentions	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Data Validitas Aktual – Outer Loadings	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Data Validitas Aktual – Cross Loadings	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Data Validitas Diskriminan Aktual - Fornell Larcker	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji Data Validitas Konvergen Aktual – Average variance extracted (AVE)	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Data Validitas Aktual – Heterotrait- Monotrait Ratio (HTMT)	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Data Aktual – Koefisien Determinasi (R^2)	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Data Aktual – Variance Inflation Factor (VIF)	81
Tabel 4. 20 Hasil Uji Data Aktual – Path Coefficient	82
Tabel 4. 21 Hasil Uji Data Aktual – Path Coefficient	83
Tabel 4. 22 Hasil Uji Data Aktual – Total Effect	84
Tabel 4. 23 Hasil Uji Data Aktual – Performance	85