

Daftar Isi

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I.....	1
Pendahuluan.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
II.1 Penelitian Terdahulu	9
II.2 Fesyen Sustainable	15
II.2.1 Pengertian Fesyen Sustainable	15
II.2.2 Prinsip Dasar dan Implementasi <i>Sustainable</i> Fesyen	17
II.2.3 Sejarah Fesyen <i>Sustainable</i>	19
II.3 Minat Beli.....	20
II.3.1 Pengertian Minat Beli.....	20
II.3.2 Proses Minat Beli Konsumen	21
II.3.3 Faktor Minat Beli	22
II.4 Perilaku Konsumen	22
II.4.1 Proses Pembentukan Perilaku	22
II.4.2 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	23
II.5 Gaya Hidup	28

II.5.1 Pengertian Gaya Hidup	28
II.5.2 Kategori Gaya Hidup.....	29
II.5.3 Indikator dan Pengukuran Dimensi Gaya Hidup.....	31
II.6 <i>E-commerce</i>	34
II.6.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	34
II.6.2 Pengaruh <i>E-Commerce</i> Terhadap Bisnis.....	35
II.6.3 Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	36
II.7 Kerangka Hipotesa	37
Bab III	38
Metode Penelitian	38
III.1 Pendekatan Penelitian	38
III.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	39
III.3 Populasi dan Sampel Penelitian	48
III.3.1 Populasi.....	48
III.3.2 Sampel.....	48
III.4 Metode Pengumpulan Data.....	51
III.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	52
III.6 Pengujian Alat Ukur	53
III.6.1 Metode Analisis Data.....	54
III.6.2 Koefisien Korelasi (r).....	56
III.6.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	57
III.6.4 Pengujian Hipotesis.....	58
BAB IV	60
Analisis dan Pembahasan.....	60
IV.1 Observasi	60
IV.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	69
IV.2.1 Uji Validitas.....	69
IV.2.2. Uji Reliabilitas	78
IV.3 Analisa Deskriptif Karakteristik Responden	88
IV.3.1 Profil Responden.....	88
IV.3.2 Perilaku Konsumen.....	91
IV.4 Uji Asumsi Klasik.....	95
IV.4.1 Uji Normalitas	95
IV.4.2 Uji Heterokedastisitas	96
IV.4.3 Uji Multikolinearitas	98

IV.5 Uji Model.....	99
IV.5.1 Pengujian Koefisien Korelasi	99
IV.5.2 Pengujian Koefisien Determinasi	100
IV.6 Pengujian Regresi Linear Berganda dan Hipotesis.....	101
IV.6.1 Pengujian Regresi Linear Berganda.....	101
IV.6.2 Uji T (<i>T-Test</i>) Uji Parsial	105
IV.6.3 Uji F (<i>F-Test</i>) Uji Simultan	106
IV.7 Pembahasan	107
IV.7.1 Pembahasan Uji Hipotesis	107
IV.7.2 Rangkuman Pembahasan	110
BAB V	114
Kesimpulan dan Saran	114
V.1 Kesimpulan	114
V.2 Saran	115
V.2.1 Pelaku Usaha.....	115
V.2.2 E-Commerce dan Media Sosial.....	116
V.2.3 Penelitian Selanjutnya.....	117
V.2.4 Pemerintahan.....	118
V.3 Keterbatasan Penelitian.....	119
DAFTAR PUSTAKA	121