

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	20
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	20
1.3.2. Kegunaan Penelitian	21
1.4. Sistematika Penulisan	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1. Landasan Teori	24
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	24

2.1.2.	<i>Fashion</i>	26
2.1.3.	<i>Fast fashion</i>	30
2.1.4.	<i>Perceived Scarcity</i>	37
2.1.5.	<i>Perceived Perishability</i>	38
2.1.6.	<i>Perceived Low Price</i>	41
2.1.7.	<i>Attitude</i>	42
2.1.8.	<i>Impulse Buying Behavior</i>	43
2.1.9.	<i>Negative Emotions</i>	45
2.1.10.	<i>Return Behavior</i>	47
2.2.	Pengaruh Antar Variabel	48
2.2.1.	Pengaruh <i>Perceived Scarcity</i> terhadap <i>Attitude</i>	48
2.2.2.	Pengaruh <i>Perceived Perishability</i> terhadap <i>Attitude</i>	49
2.2.3.	Pengaruh <i>Perceived Low Price</i> terhadap <i>Attitude</i>	51
2.2.4.	Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Impulse Buying Behavior</i>	52
2.2.5.	Pengaruh <i>impulse buying behavior</i> terhadap <i>negative emotions</i>	53
2.2.6.	Pengaruh <i>negative emotions</i> terhadap <i>return behavior</i>	54
2.3.	Penelitian Terdahulu	55
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis	57
2.5.	Hipotesis Penelitian	58
BAB III METODE PENELITIAN		60
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	60
3.1.1.	Variabel Penelitian	60
3.1.2.	Definisi Operasional	61

3.2	Populasi dan Sampel.....	64
3.2.1.	Populasi.....	64
3.2.2.	Sampel.....	65
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	66
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	66
3.5	Metode Analisis Data.....	67
3.5.1.	Analisis SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>).....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		74
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.2.	Gambaran Umum Responden	76
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	77
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	78
4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	79
4.2.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Gerai yang Pernah Dikunjungi	80
4.2.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Gerai	81
4.3.	Hasil Analisis	81
4.3.1.	Analisis Pendapat responden.....	82
4.4.	Analisis SEM.....	90
4.4.1.	Analisis Faktor Konfirmatori	90
4.4.2.	Analisis Full Model SEM	95
4.4.3.	Asumsi SEM	96
4.5.	Pengujian Hipotesis	104
4.5.1.	Pengujian Hipotesis 1	105

4.5.2.	Pengujian Hipotesis 2	107
4.5.3.	Pengujian Hipotesis 3	108
4.5.4.	Pengujian Hipotesis 4	111
4.5.5.	Pengujian Hipotesis 5	112
4.5.6.	Pengujian Hipotesis 6	113
BAB V PENUTUP		115
5.1.	Kesimpulan.....	115
5.2.	Implikasi Teoritis.....	118
5.3.	Implikasi Manajerial	120
5.4.	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang	124
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN A KUESIONER.....		130
LAMPIRAN B : TABULASI DATA		138
LAMPIRAN C : HASIL OLAH DATA		149

FEB UNDIP