

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan secara keseluruhan, maka dari penelitian mengenai Konsumsi Busana Modis (*Fashion Clothing*); Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Akibat Keterlibatan Busana Modis (*Fashion Clothing*) di Kabupaten Sleman, Yogyakarta dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

(1) Berdasarkan hasil analisis persentase terhadap karakteristik jenis kelamin, dapat diketahui bahwa jumlah responden wanita dan pria yang diambil sudah sesuai dengan yang ditentukan oleh peneliti, yaitu 100 orang dengan proporsi 46 pria dan 54 wanita. Berdasarkan hasil analisis persentase terhadap karakteristik jenis kelamin, kategori usia dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 (lima) bagian yaitu usia <21 tahun sebanyak 6 orang, 21-30 tahun sebanyak 26 orang, 31-40 tahun sebanyak 36 orang, 41-50 tahun sebanyak 26 orang dan >50 tahun sebanyak 6 orang.

(2) Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa perbedaan tingkat materialisme responden dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif terhadap keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*), dimana semakin tinggi tingkat materialisme seseorang, semakin tinggi pula

keterlibatannya dalam busana modis (*fashion clothing*). Hal ini berarti hipotesis 1 dan rumusan masalah dapat diterima.

(3) Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin (*gender*) responden dalam penelitian ini memiliki pengaruh negatif terhadap keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*), dalam hal ini wanita lebih memperhatikan busana modis dari pada pria. Hal ini berarti hipotesis 2 dan rumusan masalah dapat diterima.

(4) Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa umur memiliki pengaruh negatif terhadap keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*), dimana semakin tua umur seseorang, semakin rendah keterlibatannya dalam busana modis (*fashion clothing*). Hal ini berarti hipotesis 3 dan rumusan masalah dapat diterima.

(5) Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi konsumen akan pengetahuan mode. Semakin tinggi tingkat keterlibatan responden terhadap busana modis, semakin tinggi pula pengetahuan responden terhadap busana modis, karena responden akan berusaha untuk mencari sumber-sumber yang mendukung keterlibatannya. Hal ini berarti hipotesis 4 dan rumusan masalah dapat diterima.

(6) Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mode mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan busana modis (*fashion clothing*). Semakin tingkat pengetahuan mode responden, akan membantu untuk meningkatkan

kepercayaan diri responden dalam membuat keputusan membeli busana modis. Hal ini berarti hipotesis 5 dan rumusan masalah dapat diterima.

(7) Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*) mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan busana modis (*fashion clothing*). Semakin tinggi keterlibatan responden terhadap busana modis, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan membeli busana modis. Hal ini berarti hipotesis 6 dan rumusan masalah dapat diterima.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah diberikan, maka peneliti mencoba memberikan masukan kepada manajer yang memproduksi produk-produk busana yaitu:

- (1) Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa gender dan *age* berpengaruh negatif terhadap keterlibatan konsumen dalam busana modis, oleh karenanya manajer perlu berusaha untuk meningkatkan keterlibatan pria dan orang tua dalam konsumsi busana modis. Usaha yang dapat dilakukan seperti: menambah jumlah majalah untuk pria, dimana didalamnya terdapat informasi yang mendukung agar pria tampil dengan busana modis.
- (2) Busana merupakan kebutuhan primer, sehingga konsumen akan menempatkannya sebagai prioritas utama. Kebutuhan manusia akan

sandang (pakaian) dewasa ini telah bergeser, mereka membeli pakaian yang tidak hanya berdasarkan pada kebutuhan semata dengan model yang biasa, namun bergeser pada mode yang terjadi pada masyarakat sehingga manajer harus selalu memperhatikan mode dan trend pakaian terbaru yang sedang digemari, meningkatkan kreatifitas mereka dalam merancang produk sehingga produk tidak ketinggalan zaman, tetap menarik, dan memasarkan produk pakaian agar target pasar terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan.

5.3 Kelemahan dan Saran Penelitian Lanjutan

Dalam melakukan penelitian ini tentunya penulis tidak lepas dari kelemahan. Adapun kelemahan dalam penelitian ini yaitu

- (1) Keterbatasan biaya dan waktu yang dimiliki penulis sehingga lokasi dan jumlah kuesioner yang ada belum tentu dapat mewakili populasi. Selain itu, populasi yang diambil peneliti hanyalah lingkup kabupaten Sleman Kabupaten Sleman, Yogyakarta saja. Oleh karena itu, diharapkan untuk penelitian sejenis selanjutnya populasi dapat diperluas dan dilakukan penelitian di luar Kabupaten Sleman, Yogyakarta, sehingga dapat dijadikan perbandingan
- (2) Sedangkan dari kuesioner yang penulis sebar, pertanyaan materialisme yang terdiri atas 15 pertanyaan, setelah dianalisis tidak semuanya dinyatakan valid dalam membangun variabel konstruk sehingga 9

pertanyaan harus dikeluarkan dari model, dan hanya 6 pertanyaan yang mendukung pembentukan variabel konstruk.

(3) Studi ini hanya terbatas pada penggunaan busana modis pada umum saja, penulis berharap agar di masa datang akan ada yang melakukan penelitian lebih lanjut dengan memasukkan kategori / atribut produk yang lebih spesifik seperti merek busana, dengan tujuan untuk mengetahui keterlibatan yang dapat ditimbulkan.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi pemasaran busana untuk mengidentifikasi peluang dalam mengembangkan produk dan komunikasi pemasaran agar produknya dapat lebih diterima oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar Prabu Mangkunegara, A.A., (1998), *Perilaku Konsumen*, Edisi , Penerbit:
PT Refika Aditama Bandung

Assael, Henry., *Consumer Behavior and Marketing Action*, International 5th
Edition, Kent Publishing Company, Boston, Massachusetts, 1995.

Engel, F.J., Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, (1994), *Perilaku Konsumen*,
Edisi keenam (terjemahan). Binarupa Aksara, Jakarta

Ferrinadewi, Erna, (2005), Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen terhadap
Keputusan Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian

Fiore, Ann Marie; Seung-Eun Lee; Grace Kunz; 2004, Individual differences,
motivations, and willingness to use a mass customization option for
fashion product, *European Journal of Marketing*; 38, 7; ABI/INFORM
Global pg. 835

Ghozali, Imam., (2002), *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan
Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Unip, Semarang

Kotler, Philip and Gary Amstrong, (1997), *Dasar-Dasar Pemasaran: Principle of
Marketing 7/e edisi Bahasa Indonesia jilid 1 dan 2*, Penerbit: Prenhallindo,
Jakarta

Michaelidou , Nina and Sally Dibb, 2006, Product involvement: an application in
clothing *Journal of Consumer Behaviour*; 5, 5; ABI/INFORM Global pg.
442

Mowen, C. John, (1995), *Consumer Behavior, Fourth Edition*, Pentice-Hall

- Mowen, John C., dan Minor, Michael, 2002, *Perilaku Konsumen*, jilid 2, PT. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- O'Cass, Aron, (2004), *Fashion clothing consumption: antecedents and consequences of fashion clothing involvement*, *European Journal of Marketing*, Vol. 38 No. 7, pp. 869-882
- Peter, J. Paul, dan Jerry C. Olson, 2000, *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi keempat, jilid 1 (terjemahan), Penerbit: PT. Erlangga, Jakarta
- Pramudya, Iriawan, (2006), *Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian*
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw, (2005), *Perilaku Konsumen*, Penerbit: Andi, Yogyakarta
- Pratisto, Arif, 2004, *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan*
- Rocha, Maria Alice V Rocha ; Lynne Hammond and David Hawkins, 2005, *Age, gender and national factors in fashion consumption*, *Journal of Fashion Marketing and Management*; 9, 4; ABI/INFORM Global pg. 380
- Schiffman, G.L. and Kanuk L., (2000), *Consumer Behavior*, 7/e, Prentice-Hall
- Schofield, Kate and Ruth A Schmidt (1995), *Fashion and clothing: the construction and communication of gay identities*, *International Journal of Retail & Distribution Management*; 33, 4; ABI/INFORM Global pg. 310
- Setiadi, J. Nugroho, (2005), *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Penerbit: Kencana, Jakarta

Solomon, R. Michael, (2004), *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*,

Sixth Edition, Prentice-Hall

Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan VIII, CV. Alfabeta, Bandung

www.fashiontailor.com, diakses pada 27 maret 2007, pukul 11.00 WIB



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Proses Mengeluarkan *Item Score* dari Model (Analisis *Partial Least Square*)

Lampiran 4. *Item Score* dan Konstruksi Model



KUESIONER

BAGIAN I

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
2. Usia : _____ Tahun

BAGIAN II

Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Anda, dengan kriteria berikut ini:

- SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju
S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju
R : Ragu-ragu

Sedangkan, untuk poin 1 (Keterlibatan Busana modis (*fashion clothing*)), pertanyaan No.7:

- ST : Sangat Tinggi (Relevansi sangat tinggi dirasakan)
T : Tinggi (Relevansi tinggi dirasakan)
M : Moderat (Ada relevansi yang dirasakan)
R : Rendah (Sedikit relevansi yang dirasakan)
SR : Sangat Rendah (Tidak ada relevansi yang dirasakan)

1. Keterlibatan Busana modis (*Fashion Clothing Involvement*)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Busana modis (<i>fashion clothing</i>) sangat berarti untuk saya					
2.	Busana modis (<i>fashion clothing</i>) merupakan bagian penting dalam hidup saya					
3.	Saya menganggap busana modis (<i>fashion clothing</i>) merupakan pusat dari bagian hidup saya					

4.	Saya sangat memikirkan busana modis (<i>fashion clothing</i>)					
5.	Menurut saya pribadi, busana modis (<i>fashion clothing</i>) merupakan hal yang penting					
6.	Saya tertarik dengan busana modis (<i>fashion clothing</i>)					
No.	Pertanyaan	ST	T	M	R	SR
7.	Seberapa jauh perhatian Anda terhadap busana modis (<i>fashion clothing</i>)?					
No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
8.	Busana modis (<i>fashion clothing</i>) sangat penting bagi saya					
9.	Saya sangat terlibat (<i>involved</i>) dalam busana modis (<i>fashion clothing</i>)					
10.	Saya menemukan bahwa busana modis (<i>fashion clothing</i>) adalah produk yang sangat relevan dengan hidup saya					

2. Pengetahuan Produk Busana Modis (*Fashion Clothing Product Knowledge*)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya sangat akrab dengan busana modis (<i>fashion clothing</i>)					
2.	Saya merasa saya tahu banyak tentang busana modis (<i>fashion clothing</i>)					
3.	Saya adalah pengguna busana modis (<i>fashion clothing</i>) yang berpengalaman					
4.	Saya menggolongkan diri saya sebagai orang yang ahli dalam busana modis (<i>fashion clothing</i>)					

3. Kepercayaan Konsumen pada Keputusan Mode (*Consumer Confidence in Fashion Decision*)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya yakin saya akan memilih busana modis (<i>fashion clothing</i>) dengan merek yang tepat					
2.	Ketika mempertimbangkan busana modis (<i>fashion clothing</i>) yang akan dibeli, saya percaya akan menentukan pilihan yang tepat					
3.	Saya yakin akan kemampuan saya untuk menentukan pilihan terbaik mengenai busana modis (<i>fashion clothing</i>)					

4. Matrealisme (*Materialism*)

Faktor 1. Kepemilikan sebagai Titik Pusat (*Acquisition Centrality*)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya hanya membeli barang yang saya butuhkan					
2.	Saya mencoba untuk membuat hidup tetap <i>simple</i> , sejauh saya dapat menikmati kebutuhan dasar(*)					
3.	Yang saya miliki tidak semuanya penting untuk saya(*)					
4.	Membeli sesuatu memberikan kesenangan bagi saya					

Faktor 2. Kepemilikan Menggambarkan Keberhasilan (*Possesion as Defining Success*)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya mengagumi orang yang memiliki barang yang mahal (seperti: rumah, mobil, dan pakaian)					
2.	Saya tidak begitu menekankan pada jumlah materi yang dimiliki oleh seseorang sebagai tanda dari kesuksesan(*)					
3.	Barang yang saya miliki sangat menggambarkan seberapa berhasil saya menjalani hidup					
4.	Saya suka memiliki sesuatu yang dapat membuat orang lain terkesan					
5.	Saya tidak begitu tertarik dengan benda materi yang dimiliki seseorang(*)					
6.	Saya sangat menyukai kemewahan dalam hidup saya					
7.	Bagi saya sangatlah penting untuk memiliki sesuatu yang bagus					

Faktor 3. Kepemilikan sebagai Pencarian Kebahagiaan (*Acquisition as the Pursuit of Happiness*)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya memiliki semua yang saya butuhkan untuk menikmati hidup(*)					
2.	Hidup saya akan menjadi lebih baik jika saya memiliki sesuatu yang tidak saya miliki sekarang(*)					

3.	Saya akan menjadi lebih bahagia jika saya dapat membeli lebih banyak barang(*)					
4.	Terkadang saya merasa sedikit terganggu ketika saya tidak dapat membeli semua hal yang saya sukai(*)					

(*) mengindikasikan skor dibalik





LAMPIRAN II

Data Responden

G	Age	FCI1	FCI2	FCI3	FCI4	FCI5	FCI6	FCI7	
1	22	4	4	2	2	4	4	4	3
1	54	4	4	4	2	2	2	4	3
1	35	5	2	2	2	4	2	5	4
0	30	3	2	2	2	2	2	3	3
0	18	4	4	4	2	3	4	4	4
0	19	4	4	4	3	3	4	4	3
1	22	4	3	3	2	2	4	5	3
1	52	3	3	3	3	3	2	4	3
1	23	4	4	4	3	1	4	4	3
1	21	4	3	3	3	3	4	4	4
0	19	4	4	4	4	4	4	5	5
1	25	3	2	2	2	2	4	3	2
1	21	4	2	2	2	3	4	4	3
1	22	4	2	2	2	2	4	5	4
1	22	4	4	4	3	4	4	4	3
1	47	2	2	2	2	2	2	4	3
1	24	5	4	4	3	4	4	4	3
1	35	4	2	2	2	2	2	4	3
1	34	4	3	2	2	2	4	4	4
1	44	4	1	1	1	2	2	4	3
0	30	4	4	4	3	4	4	4	3
0	22	4	4	4	2	2	4	4	3
0	24	5	5	5	4	5	5	5	5
0	24	4	4	4	2	4	2	4	3
0	22	4	4	4	2	4	3	3	3
0	23	4	2	2	2	3	4	3	4
0	22	5	4	4	4	4	4	4	4
0	35	4	3	3	2	2	3	3	4
0	23	4	4	4	4	4	4	4	3
0	31	3	3	3	2	2	2	4	3
0	21	4	4	4	3	3	4	4	4
0	22	4	4	4	3	3	4	4	3
0	35	4	2	2	2	4	3	4	3
0	22	3	3	3	3	3	3	4	4
1	49	1	1	1	2	1	1	1	1
0	31	2	2	2	2	2	2	2	2
0	34	3	3	3	3	3	3	4	4
1	40	2	2	2	2	2	2	2	2
0	33	4	4	4	1	2	4	5	3
0	31	4	2	2	3	4	4	4	4
0	21	5	5	5	4	5	5	5	3
0	34	4	4	4	2	4	4	5	3
0	35	4	4	4	2	1	4	4	4
0	18	4	4	4	4	4	4	4	4
0	34	4	3	2	2	2	4	4	3
0	38	4	4	4	2	2	2	3	2
0	32	4	4	4	4	4	4	4	3
1	51	3	2	2	1	2	2	2	2
1	33	2	2	2	1	2	3	3	3
0	33	4	4	4	4	2	2	4	3
0	32	5	4	4	3	5	4	5	4

1	31	4	4	2	3	4	5	4
1	38	3	3	3	4	3	4	3
1	31	2	2	2	2	2	2	2
0	21	4	4	4	4	4	4	4
1	38	2	2	2	2	2	2	2
0	22	4	4	4	4	4	4	4
1	36	2	2	2	2	2	2	3
1	40	2	2	2	2	2	2	3
1	38	2	2	2	2	2	2	2
1	24	4	4	2	4	3	5	4
0	34	5	5	5	5	5	5	5
1	35	4	2	2	4	4	4	3
0	31	4	4	4	4	4	4	4
1	35	2	2	2	2	4	4	3
0	32	4	4	4	4	4	4	4
1	34	5	4	4	4	4	4	4
1	33	2	2	1	2	1	3	3
0	41	4	4	2	3	4	4	3
1	44	2	3	2	2	3	2	3
0	43	3	3	2	2	2	4	3
0	44	4	4	3	4	3	4	4
1	50	2	3	1	2	1	2	2
0	45	1	2	2	4	2	4	4
1	50	2	2	2	2	2	2	2
0	44	4	4	2	4	2	4	3
0	48	4	2	2	2	4	5	4
0	48	4	4	2	4	4	4	3
1	50	4	3	2	2	4	2	3
0	45	5	4	4	3	4	4	4
0	22	5	5	4	5	5	5	4
1	43	2	2	2	3	3	4	3
1	41	4	3	3	2	3	4	3
1	45	4	4	2	2	4	4	4
0	20	4	5	4	4	4	4	3
0	32	5	4	4	4	4	5	3
1	44	4	4	2	2	2	2	2
1	49	4	3	3	3	3	3	3
1	43	4	4	2	4	4	4	4
1	42	4	4	3	4	4	4	3
0	30	2	2	2	2	4	4	3
0	34	4	3	2	3	3	3	3
0	58	3	2	2	3	2	2	2
1	30	4	4	2	2	4	4	4
1	22	4	2	2	2	4	4	3
0	19	4	4	4	4	4	4	3
1	51	2	2	2	2	2	2	2
0	38	4	4	4	3	4	4	4
0	20	5	4	5	4	5	4	4
0	58	5	4	1	4	4	4	4

FCI8	FCI9	FCI10	KL1	KL2	KL3	KL4	CON1	CON2	
3	2	3	4	2	2	2	2	2	4
2	2	2	4	3	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	1	3	1	3	3	3
4	3	4	4	3	2	2	3	4	4
4	3	4	4	4	3	2	4	4	4
2	2	3	3	2	2	1	3	4	4
2	3	3	4	4	2	2	4	3	3
2	1	2	4	5	4	4	2	2	3
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	3	2	2	2	2	2	2	4
2	2	2	2	2	1	1	3	3	3
2	4	3	3	3	2	2	4	4	3
2	3	4	4	3	2	2	2	5	5
4	3	3	3	4	2	2	4	4	4
2	2	2	3	3	2	2	2	4	4
4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
2	2	4	2	2	2	2	4	4	4
2	2	2	3	2	2	2	2	4	2
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
3	2	4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	5	3	3	2	2	4	4	5
4	2	2	2	4	2	2	4	4	4
4	4	4	3	4	3	2	4	4	4
4	3	4	4	2	2	2	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
3	2	3	2	2	2	1	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
2	2	2	4	4	5	4	3	3	3
3	4	3	4	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	4	4	5
3	2	3	2	3	2	2	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
1	2	2	2	2	2	3	2	2	4
5	2	2	4	4	4	4	2	2	5
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
5	3	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	3	4	3	4	5	5	5
4	4	1	4	2	2	1	4	5	5
4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
2	2	2	2	2	2	3	4	4	4
2	1	2	3	2	3	2	4	4	4
4	2	4	4	2	2	2	4	4	3
2	1	2	2	2	2	1	2	3	3
2	2	2	4	4	4	3	4	3	3
3	4	3	3	3	3	2	4	4	4
3	3	4	4	4	3	2	4	4	5

CON3	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
3	4	1	3	4	2	2	2	2
4	4	1	4	3	2	1	4	4
4	5	1	3	5	5	3	4	4
3	5	5	5	3	2	1	3	5
5	2	1	1	1	1	1	1	4
3	4	2	2	3	4	2	2	4
3	4	1	4	4	2	1	3	2
2	5	1	4	2	4	1	4	4
4	4	1	4	4	3	2	2	3
4	4	2	3	5	3	2	4	4
4	4	1	2	3	2	1	2	4
3	5	2	4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	4	2	1	1	3
5	5	1	3	4	2	2	3	4
4	4	2	2	5	2	1	2	3
4	4	2	4	3	2	1	2	2
4	2	3	3	4	3	3	3	3
4	4	2	4	2	2	2	2	4
4	4	2	2	4	2	2	2	4
4	4	2	3	4	3	3	3	3
4	3	2	2	4	3	2	3	4
4	4	2	2	4	2	2	4	5
5	5	1	2	4	4	2	4	5
4	4	2	2	4	4	2	2	4
3	5	1	5	3	3	4	4	2
4	4	2	2	4	3	2	2	2
3	4	2	2	4	3	1	3	2
4	5	1	2	1	2	5	2	1
4	4	2	2	4	4	2	5	4
4	4	2	2	3	2	2	3	3
4	4	4	3	4	2	2	4	3
5	5	1	3	3	3	2	4	4
3	4	2	2	4	2	2	4	3
4	5	3	4	4	4	3	4	4
3	4	1	2	2	2	2	5	2
2	4	2	2	2	2	2	2	2
4	3	3	4	2	4	3	4	4
4	5	1	2	3	2	2	4	2
5	5	1	4	2	2	1	2	1
4	4	2	2	4	4	2	4	4
5	5	2	5	4	3	4	5	5
4	2	2	4	5	4	2	5	4
4	5	1	4	2	1	1	2	4
4	5	2	5	4	4	4	4	3
3	4	2	2	4	2	2	2	2
3	4	3	3	3	3	3	2	1
3	4	2	2	4	2	2	4	4
4	5	1	2	4	4	2	4	2
3	5	1	4	3	2	2	2	2
4	4	2	4	4	4	2	4	4
4	4	2	2	5	2	3	4	4

5	3	3	2	4	5	2	4	3
4	5	2	4	4	4	3	4	4
2	4	2	4	2	1	2	4	1
3	4	2	2	2	4	2	4	4
3	2	2	3	2	2	4	4	4
4	4	2	2	2	5	2	4	2
4	2	1	2	2	4	2	4	2
4	5	1	4	4	2	2	4	2
2	5	1	2	5	4	2	5	5
4	5	1	4	4	4	1	2	3
4	4	2	4	4	1	2	2	4
4	5	1	4	1	2	1	1	1
4	4	2	2	2	5	3	2	4
4	4	1	5	4	2	1	4	5
4	4	1	4	2	1	3	2	3
4	5	2	3	3	2	5	4	1
4	4	1	2	3	4	4	2	4
4	5	2	1	2	3	1	4	4
3	5	1	4	4	4	1	4	4
3	4	2	3	2	2	4	2	4
3	4	2	3	4	4	1	4	4
4	4	1	4	4	4	3	4	4
4	5	2	4	4	4	4	3	1
4	4	2	2	2	1	2	2	2
4	1	2	2	4	2	2	4	4
4	2	1	4	4	2	2	2	5
4	4	2	2	2	2	2	2	4
4	5	1	2	1	1	2	4	4
4	2	2	4	2	3	3	3	1
3	4	4	4	4	2	2	4	4
4	2	2	3	3	4	3	3	2
3	4	2	4	4	4	4	3	4
4	5	2	4	4	2	3	4	4
3	4	2	2	2	3	2	2	4
2	3	2	3	4	2	2	4	2
4	4	2	4	4	4	2	4	4
4	4	1	4	5	4	2	3	4
4	2	2	2	4	4	2	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	2	2	2	4	3	4	5	3
4	2	4	2	4	1	1	2	2
4	2	1	4	2	4	4	2	4

M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15
4	2	2	2	2	3	4
2	4	2	2	2	2	4
1	4	2	2	3	3	4
5	2	3	3	4	5	5
2	3	2	2	1	2	1
2	3	4	4	2	2	4
1	1	4	4	4	4	4
4	3	4	4	1	3	4
3	2	4	4	5	2	4
3	3	4	4	3	2	2
2	2	5	4	4	3	3
3	2	4	4	4	4	4
4	2	4	3	2	4	2
1	2	4	4	3	2	2
2	3	5	4	4	4	2
1	2	2	4	4	4	4
3	2	4	3	4	4	2
4	2	3	4	4	4	4
2	2	4	4	4	2	4
3	2	4	4	3	3	1
3	3	4	4	1	1	4
2	2	2	4	3	2	2
2	4	4	4	4	4	4
2	2	4	4	2	1	2
3	4	5	2	3	3	2
3	3	4	3	2	4	4
4	2	3	2	4	1	2
5	1	5	2	2	2	3
3	3	4	3	4	4	4
3	2	2	4	4	4	2
3	2	4	4	4	3	4
3	2	4	4	3	2	2
3	4	4	4	5	5	5
1	2	2	2	4	4	3
4	2	2	2	2	4	4
3	4	4	4	5	5	4
2	2	2	2	4	2	4
1	1	1	1	4	4	2
2	2	4	4	2	3	3
4	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	2	2	3
4	1	4	4	1	4	4
4	2	4	4	2	2	4
4	2	3	4	4	2	2
2	2	4	4	4	3	3
2	2	4	4	2	2	2
2	2	5	4	4	1	4
2	4	2	2	2	4	4
4	2	4	4	4	4	2
3	2	4	2	2	1	2

3
4
2
2
2
4
2
2
2
2
1
2
2
5
4
4
2
3
1
3
2
3
3
3
5
1
4
4
2
2
3
1
2
3
3
4
2
2
2
2
3
2
2
2
2
2
5
2
4
2
2

3
4
1
4
4
4
1
2
1
4
1
1
1
2
2
4
3
1
2
2
2
4
2
1
3
1
2
2
2
2
4
2
2
2
4
4
1
2
2
4
4
2
3
1

4
4
1
4
4
4
2
2
4
5
3
2
3
4
4
4
3
2
4
3
2
5
2
4
2
4
3
4
2
4
4
4
4
3
4
2
5
4
4
5
2

3
5
4
2
4
3
4
4
4
1
4
3
5
4
4
4
1
3
2
2
2
2
5
2
4
2
2
3
3
3
1
4
2
2
4
2
2
4
3
2
4
2

4
3
5
2
2
2
2
2
2
3
4
4
2
2
1
4
2
3
4
3
4
5
2
3
2
2
2
4
2
2
2
2
2
3
2
2
2
1

3
5
5
2
2
2
4
4
5
4
4
2
5
4
4
2
5
5
2
4
5
3
4
4
2
4
4
2
4
4
2
2
4
2
2
3
2

2
5
5
3
2
2
4
4
5
5
4
5
5
4
4
1
3
2
2
4
3
4
3
5
4
2
5
2
2
1
2
4
4
2
2
2
2
2
2
2

Proses 1, semua indikator dianalisis

SmartPLS report

results for inner weights

(Koefisien Parameter Hubungan Varibel Konstruk)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material -> Fashion	0.319	0.295	0.343	0.931
Age -> Fashion	-0.307	-0.274	0.078	3.936
Gender -> Fashion	-0.329	-0.265	0.111	2.955
Fashion -> Confidence	0.458	0.497	0.137	3.344
Know -> Confidence	0.311	0.294	0.124	2.505
Fashion -> Know	0.637	0.636	0.104	6.112

results for outer loadings (Covergent validity)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material				
M1	-0.302	-0.135	0.344	0.877
M10	0.620	0.405	0.405	1.531
M11	0.640	0.438	0.414	1.545
M12	-0.158	0.007	0.260	0.609
M13	-0.371	-0.146	0.385	0.963
M14	-0.513	-0.227	0.459	1.118
M15	-0.446	-0.190	0.404	1.105
M2	0.357	0.284	0.252	1.416
M3	-0.147	-0.031	0.266	0.554
M4	0.414	0.354	0.281	1.473
M5	0.553	0.389	0.326	1.697

M6	0.237	0.215	0.256	0.924
M7	0.415	0.322	0.302	1.372
M8	0.625	0.400	0.426	1.468
M9	0.212	0.154	0.234	0.905
Age				
Age	1.000	1.000	0.000	
Gender				
G	1.000	1.000	0.000	
Fashion				
FCI1	0.809	0.798	0.061	13.207
FCI10	0.830	0.833	0.044	18.710
FCI2	0.750	0.736	0.076	9.843
FCI3	0.700	0.692	0.070	9.941
FCI4	0.777	0.769	0.069	11.181
FCI5	0.798	0.775	0.072	11.041
FCI6	0.794	0.782	0.063	12.675
FCI7	0.765	0.764	0.069	11.074
FCI8	0.859	0.851	0.035	24.359
FCI9	0.751	0.750	0.056	13.517
Confidence				
CON1	0.777	0.767	0.076	10.267
CON2	0.831	0.816	0.086	9.673
CON3	0.831	0.823	0.069	12.044
Know				
KL1	0.865	0.869	0.032	27.351
KL2	0.843	0.843	0.048	17.704
KL3	0.820	0.816	0.058	14.077
KL4	0.822	0.824	0.055	14.973

Proses 2, semua indikator yang negatif di dikeluarkan dari model

SmartPLS report

results for inner weights

(Koefisien Parameter Hubungan Varibel Konstruk)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material -> Fashion	0.231	0.307	0.093	2.484
Age -> Fashion	-0.314	-0.309	0.096	3.271
Gender -> Fashion	-0.358	-0.324	0.119	3.008
Fashion -> Confidence	0.459	0.449	0.119	3.848
Know -> Confidence	0.310	0.311	0.122	2.538
Fashion -> Know	0.637	0.629	0.101	6.294

results for outer loadings (Covergent validity)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material				
M10	0.662	0.577	0.253	2.620
M11	0.723	0.683	0.139	5.197
M2	0.432	0.386	0.197	2.193
M4	0.578	0.497	0.166	3.482
M5	0.633	0.575	0.226	2.805
M6	0.317	0.314	0.257	1.234
M7	0.487	0.438	0.232	2.100
M8	0.724	0.640	0.181	3.999

M9	0.363	0.362	0.200	1.817
Age				
Age	1.000	1.000	0.000	
Gender				
G	1.000	1.000	0.000	
Fashion				
FCI1	0.807	0.789	0.065	12.368
FCI10	0.829	0.826	0.053	15.533
FCI2	0.750	0.742	0.080	9.379
FCI3	0.700	0.697	0.071	9.926
FCI4	0.776	0.765	0.067	11.520
FCI5	0.799	0.789	0.067	11.961
FCI6	0.795	0.782	0.057	13.862
FCI7	0.766	0.754	0.079	9.645
FCI8	0.858	0.854	0.042	20.266
FCI9	0.752	0.747	0.059	12.692
Confidence				
CON1	0.777	0.764	0.074	10.445
CON2	0.831	0.837	0.094	8.820
CON3	0.831	0.813	0.074	11.257
Know				
KL1	0.865	0.872	0.036	23.731
KL2	0.843	0.846	0.040	21.188
KL3	0.820	0.824	0.076	10.747
KL4	0.822	0.818	0.069	11.856

Proses 3, indikator M6 di keluarkan dari model

SmartPLS report

results for inner weights

(Koefisien Parameter Hubungan Varibel Konstruk)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material -> Fashion	0.230	0.298	0.115	2.002
Age -> Fashion	-0.315	-0.300	0.114	2.768
Gender -> Fashion	-0.358	-0.337	0.119	3.014
Fashion -> Confidence	0.459	0.481	0.115	3.974
Know -> Confidence	0.310	0.298	0.120	2.582
Fashion -> Know	0.637	0.668	0.084	7.574

results for outer loadings (Covergent validity)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material				
M10	0.663	0.581	0.244	2.715
M11	0.723	0.667	0.133	5.420
M2	0.433	0.398	0.172	2.510
M4	0.578	0.559	0.177	3.258
M5	0.635	0.555	0.209	3.038

M7	0.488	0.460	0.280	1.746
M8	0.722	0.643	0.171	4.222
M9	0.364	0.331	0.237	1.535
Age				
Age	1.000	1.000	0.000	
Gender				
G	1.000	1.000	0.000	
Fashion				
FCI1	0.807	0.797	0.060	13.429
FCI10	0.829	0.827	0.052	15.974
FCI2	0.750	0.749	0.079	9.538
FCI3	0.700	0.693	0.079	8.922
FCI4	0.776	0.765	0.064	12.149
FCI5	0.799	0.788	0.058	13.671
FCI6	0.795	0.793	0.058	13.814
FCI7	0.766	0.754	0.069	11.077
FCI8	0.858	0.860	0.035	24.497
FCI9	0.752	0.755	0.058	13.061
Confidence				
CON1	0.777	0.788	0.057	13.541
CON2	0.831	0.823	0.074	11.169
CON3	0.831	0.820	0.070	11.858
Knbw				
KL1	0.865	0.864	0.033	26.005
KL2	0.843	0.838	0.053	16.011
KL3	0.820	0.807	0.074	11.090
KL4	0.822	0.819	0.055	15.048

Proses 3, indikator M9 di keluarkan dari model

SmartPLS report

results for inner weights

(Koefisien Parameter Hubungan Varibel Konstruk)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material -> Fashion	0.242	0.336	0.102	2.372
Age -> Fashion	-0.309	-0.266	0.128	2.406
Gender -> Fashion	-0.368	-0.346	0.092	4.015
Fashion -> Confidence	0.459	0.462	0.111	4.117
Know -> Confidence	0.311	0.324	0.104	2.988
Fashion -> Know	0.637	0.651	0.086	7.404

results for outer loadings (Covergent validity)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material				
M10	0.678	0.630	0.175	3.867
M11	0.707	0.664	0.140	5.063
M2	0.411	0.395	0.228	1.801
M4	0.608	0.568	0.163	3.721
M5	0.641	0.584	0.196	3.269

M7	0.518	0.446	0.249	2.084
M8	0.742	0.705	0.146	5.078
Age				
Age	1.000	1.000	0.000	
Gender				
G	1.000	1.000	0.000	
Fashion				
FCI1	0.808	0.807	0.066	12.299
FCI10	0.829	0.837	0.054	15.383
FCI2	0.750	0.750	0.075	9.982
FCI3	0.700	0.688	0.086	8.168
FCI4	0.776	0.779	0.070	11.060
FCI5	0.798	0.791	0.075	10.702
FCI6	0.795	0.797	0.053	14.956
FCI7	0.766	0.749	0.072	10.629
FCI8	0.858	0.862	0.048	17.729
FCI9	0.751	0.750	0.063	12.005
Confidence				
CON1	0.777	0.785	0.079	9.859
CON2	0.831	0.812	0.096	8.644
CON3	0.831	0.821	0.080	10.398
Know				
KL1	0.865	0.868	0.036	24.296
KL2	0.843	0.841	0.046	18.512
KL3	0.820	0.818	0.066	12.477
KL4	0.822	0.831	0.048	16.993

Proses 4, indikator M2 di keluarkan dari model

SmartPLS report

results for inner weights

(Koefisien Parameter Hubungan Varibel Konstruk)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material -> Fashion	0.252	0.333	0.090	2.795
Age -> Fashion	-0.304	-0.263	0.092	3.314
Gender -> Fashion	-0.374	-0.365	0.104	3.613
Fashion -> Confidence	0.459	0.442	0.137	3.357
Know -> Confidence	0.310	0.332	0.150	2.072
Fashion -> Know	0.637	0.640	0.098	6.531

results for outer loadings (Covergent validity)

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Material				
M10	0.687	0.652	0.134	5.133
M11	0.713	0.705	0.124	5.758
M4	0.612	0.589	0.140	4.383
M5	0.642	0.573	0.181	3.538

M7	0.520	0.483	0.221	2.352
M8	0.754	0.757	0.101	7.440
Age				
Age	1.000	1.000	0.000	
Gender				
G	1.000	1.000	0.000	
Fashion				
FCI1	0.807	0.804	0.063	12.847
FCI10	0.829	0.838	0.047	17.569
FCI2	0.750	0.740	0.089	8.416
FCI3	0.700	0.674	0.076	9.217
FCI4	0.776	0.779	0.062	12.516
FCI5	0.798	0.805	0.059	13.563
FCI6	0.795	0.800	0.059	13.442
FCI7	0.766	0.772	0.057	13.398
FCI8	0.858	0.855	0.047	18.319
FCI9	0.752	0.747	0.046	16.361
Confidence				
CON1	0.777	0.777	0.077	10.092
CON2	0.831	0.820	0.088	9.442
CON3	0.831	0.815	0.068	12.171
Know				
KL1	0.865	0.863	0.029	30.037
KL2	0.843	0.841	0.042	19.918
KL3	0.820	0.808	0.069	11.944
KL4	0.822	0.812	0.056	14.802

serviens in lumine veritatis

