

SKRIPSI

**PENGARUH KONTEN *CAPSULE WARDROBE* DI AKUN TIKTOK
@DOSEN_FASHYUN TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK
FASHION BERKELANJUTAN DI KALANGAN GENERASI Z**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada

Program Studi Ilmu Komunikasi



Diajukan Oleh:

DEWI ASTUTI

2210414320054

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KONTEN *CAPSULE WARDROBE* DI AKUN TIKTOK
@DOSEN_FASHYUN TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
BERKELANJUTAN DI KALANGAN GENERASI Z

A. Nama Mahasiswa : DEWI ASTUTI
NIM : 2210414320054

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA
NIP. 199202182019032020

[.....]

b. Penguji I

Dr. Novaria Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198611302008122002

[.....]

c. Penguji II

Bambang Dwi Waluyo, S.I.P., M.Si
NIP. 199506252022031008

[.....]

Banjarmasin, 06 Oktober 2026

Ketua Jurusan
Ilmu Komunikasi



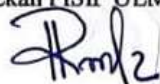
Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si
NIP. 198208212006042002

Ketua Pembimbing



Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA
NIP. 199202182019032020

Mengetahui
Dekan FISIP ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : DEWI ASTUTI
NIM : 2210414320054
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul “PENGARUH KONTEN *CAPSULE WARDROBE* DI AKUN TIKTOK @DOSEN_FASHYUN TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK *FASHION* BERKELANJUTAN DI KALANGAN GENERASI Z” adalah hasil karya sendiri, dan merupakan hasil penelitian yang bukan hasil plagiasi. Apabila di kemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai dengan ketentuan hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak mana pun dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

DEWI ASTUTI

NIM. 2210414320054



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis Sembilan Juli Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2311/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 3 Juli 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Dewi Astuti
NIM : 2210414320054
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Capsule Wardrobe di Akun TikTok @dosen_fashyun Terhadap Minat Pembelian Produk Fashion Berkelanjutan di Kalangan Generasi Z
Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 11.00 s/d selesai
Nilai : 80,3
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 9 Juli 2026

Tim Penguji,

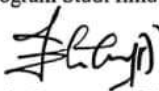
Mahasiswa yang diuji,

Dewi Astuti

1. Ketua : Putri Ayu Hidayatun Rafiqoh, S.Pd., MA
()
2. Sekretaris : Dr. Novaria Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom
()
3. Anggota : Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Dewi Astuti
NIM : 2210414320054
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Capsule Wardrobe di Akun TikTok
@dosen_fashyun Terhadap Minat Pembelian Produk
Fashion Berkelanjutan di Kalangan Generasi Z

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA	82	
2.	Dr. Novaria Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom	80	
3.	Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si	81	
Jumlah		243	
Nilai Rata-rata		81	Nilai Akhir = 80,3

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 9 Juli 2026

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2311/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara / i :

1. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd, MA
2. Dr. Novaria Maulina, S.Ikom. M.Ikom
3. Bambang Dwi Waluyo, M.Si

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Dewi Astuti
NIM : 2210414320054
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Capsule Wardrobe di Akun TikTok @dosen_fashyun Terhadap Minat Pembelian Produk Fashion Berkelanjutan di Kalangan Generasi Z

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 09 Juli 2026
J a m : 11.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 3 Juli 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Serifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2311/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara / i :

1. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd, MA
2. Dr. Novaria Maulina, S.Ikom. M.Ikom
3. Bambang Dwi Waluyo, M.Si

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Dewi Astuti
NIM : 2210414320054
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Capsule Wardrobe di Akun TikTok
@dosen_fashyun Terhadap Minat Pembelian Produk
Fashion Berkelanjutan di Kalangan Generasi Z

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 09 Juli 2026
J a m : 11.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 3 Juli 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Badan Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).



ABSTRAK

Dewi Astuti, 2210414320054, 2026. Pengaruh Konten Capsule Wardrobe di Akun TikTok @dosen_fashyun Terhadap Minat Pembelian Produk Fashion Berkelanjutan di Kalangan Generasi Z. Di bawah bimbingan Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh.

Perkembangan zaman membawa dampak yang sangat pesat bagi perkembangan teknologi dan informasi, satu diantaranya adalah kehadiran media sosial. Kehadiran media sosial disertai dengan adanya konten media sosial, seperti konten *capsule wardrobe* pada akun TikTok sebagai salah satu gerakan sosial untuk mendorong minat pembelian terhadap produk *fashion* berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh konten *capsule wardrobe* di akun TikTok @dosen_fashyun terhadap minat pembelian produk *fashion* berkelanjutan di TikTokshop pada kalangan generasi Z.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif tipe deskriptif dengan menggunakan teori *Social Movements*, teori perilaku terencana, dan teori AIDA. Populasi penelitian adalah *followers* TikTok @dosen_fashyun dengan rentang usia 18-28 tahun, terpapar konten *capsule wardrobe*, dan memiliki niat membeli produk *fashion* berkelanjutan. Teknik pengukuran sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus Slovin sebagai penentuan ukuran sampel sehingga dihasilkan 400 orang sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana dan uji F.

Hasil penelitian memperlihatkan adanya pengaruh antara Konten Media Sosial (X) dan Minat Pembelian (Y), yang tergambar dalam nilai persamaan regresi $Y = 9,080 + 0,445X$. Nilai R Square sebesar 0,376 menunjukkan pengaruh moderat (sedang). Artinya, pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah 37,6% dan sisanya 62,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Antara variabel X dan variabel Y juga terdapat pengaruh yang positif dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($239,678 > 3,86$) dan signifikansi sebesar $0,0000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak.

Kata Kunci: Konten Capsule Wardrobe, TikTok, Fashion Berkelanjutan, Generasi Z

ABSTRACT

Dewi Astuti, 2210414320054, 2026. The Influence of Capsule Wardrobe Content on The TikTok Account @dosen_fashyun on The Interest in Purchasing Sustainable Fashion Products Among Generation Z. Under Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh's guidance.

The development of the times has brought rapid changes to the growth of technology and information, one of which is the presence of social media. The presence of social media is accompanied by social media content, such as capsule wardrobe content on TikTok accounts, as one of the social movements to encourage purchase intention toward sustainable fashion products. This study aims to measure the extent of the influence of capsule wardrobe content on the TikTok account @dosen_fashyun on the purchase intention of sustainable fashion products in TikTokshop among Generation Z.

This research uses a quantitative descriptive approach and applies Social Movements Theory, Planned Behavior Theory, and the AIDA theory. The population of this study consists of TikTok @dosen_fashyun followers aged 18–28 years, exposed to capsule wardrobe content, and had the intention to purchase sustainable fashion products. The sampling technique used was purposive sampling with the Slovin formula to determine the sample size, resulting in 400 respondents. The data analysis techniques used were simple linear regression and the F test.

The results of the study show that there is an influence between Social Media Content (X) and Purchase Intention (Y), as reflected in the regression equation $Y = 9.080 + 0.445X$. The R Square value of 0.376 indicates a moderate effect. This means that variable X influences variable Y by 37.6%, while the remaining 62.4% is influenced by other variables outside this study. There is also a positive influence between variables X and Y, with a value of $F_{value} > F_{table}$ ($239,678 > 3,86$) and a significance of $0,0000 < 0,05$, so H_a is accepted and H_0 is rejected.

Keywords: Capsule Wardrobe Content, TikTok, Sustainable Fashion, Generation Z

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. karena rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten *Capsule Wardrobe* di Akun TikTok @dosen_fashyun Terhadap Minat Pembelian Produk *Fashion* Berkelanjutan di Kalangan Generasi Z”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Iwan Aflanie, dr., M.Kes., Sp.F., S.H., Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos. M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.I.P., M.Si, Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Bambang Dwi Waluyo, S.I.P., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
5. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan kesabaran serta memberikan masukan berharga sejak penyusunan proposal hingga penyelesaian skripsi.

6. Ibu Dr. Novaria Maulina, S.I.Kom, M.I.Kom dan Bapak Bambang Dwi Waluyo, S.I.P., M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi, yang telah memberikan masukan serta saran perbaikan yang sangat berarti sejak Seminar Proposal.
7. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terkhusus Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan masukan selama masa perkuliahan hingga pada tahap penyusunan penelitian.
8. Kedua Orang Tua, yang selalu memberikan doa dan dukungan yang sangat berharga selama proses perkuliahan hingga penyusunan Skripsi sehingga dapat mengantarkan penulis sampai pada titik ini dan dapat menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu.
9. Keluarga besar FISIP ULM dan teman-teman satu angkatan 2022 yang telah sama-sama berjuang, saling memberikan dukungan, dan masukan selama menjalani masa perkuliahan hingga hari ini, terutama Rara, Nanda, Gete, Reska, Wawa, Dina, dan Sandra yang telah menemani penulis semasa menjalani perkuliahan sampai dengan tahap penyusunan Skripsi.
10. Teman-teman penulis dari masa Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang telah menemani, kebersamai, dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan Skripsi, terutama kepada Erika dan Rika yang selalu menanyakan keadaan penulis, serta tidak pernah memberikan tekanan kepada penulis selama proses pengerjaan Skripsi.
11. Teman-teman penulis dari zaman Sekolah Menengah Atas (SMA), yaitu Amel dan Deva yang telah menemani, kebersamai, dan memberikan

dukungan selama proses penyusunan Skripsi. Terima kasih atas waktu yang bersedia diluangkan untuk menemani penulis disaat kewalahan dengan dinamika selama pengerjaan Skripsi.

12. Konten YouTube dan Lagu-Lagu dari NCT Dream, Enhypen, NCT 127, dan Cortis, yang telah menemani dan membantu penulis dalam membangun suasana hati yang lebih kondusif selama proses pengerjaan Skripsi.
13. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan memberikan semangat serta doa kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk penyempurnaan penelitian ini.

Banjarmasin, Juli 2026

DEWI ASTUTI
NIM. 2210414320054

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
BERITA ACARA	iii
DAFTAR NILAI RATA-RATA.....	iv
SURAT TUGAS	v
SURAT TUGAS	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Sejenis	12
2.2 Tinjauan Konseptual.....	19
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	19
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi	20
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	23

2.2.4 Media Sosial	25
2.2.5 <i>Capsule Wardrobe</i>	32
2.2.6 <i>Fashion</i> Berkelanjutan.....	33
2.2.7 Generasi Z.....	34
2.2.8 Minat Pembelian	35
2.3 Tinjauan Teoritis	40
2.3.1 <i>Social Movements Theory</i> (Grand Theory).....	40
2.3.2 Teori Perilaku Terencana (Middle Range Theory).....	42
2.3.3 AIDA Theory (Applied Theory).....	45
2.4 Kerangka Pemikiran	48
2.5 Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III	50
METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Pendekatan Penelitian.....	50
3.2 Tipe Penelitian.....	51
3.3 Lokasi/Objek Penelitian	51
3.3.1 Lokasi.....	51
3.3.2 Objek Penelitian.....	52
3.4 Sumber Data	52
3.5 Populasi dan Sampel	53
3.5.1 Populasi.....	53
3.5.2 Sampel	54
3.5.3 Penentuan Ukuran Sampel.....	55
3.5.4 Skala Pengukuran	56
3.6 Definisi Operasional Variabel	57
3.6.1 Variabel Independen atau Bebas (X).....	57
3.6.2 Variabel Dependen atau Terikat (Y).....	60
3.6.3 Kisi-Kisi Pernyataan	61
3.7 Teknik Pengumpulan Data	64
3.7.1 Kuesioner	64
3.7.2 Studi Kepustakaan	65

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.8.1 Uji Validitas Data	66
3.8.2 Uji Reliabilitas Data.....	72
3.9 Teknik Analisis Data	74
3.9.1 Uji Statistik Deskriptif	74
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	74
3.9.3 Uji Regresi Linear Sederhana	76
3.10 Uji Hipotesis.....	77
3.10.1 Uji F (Simultan).....	77
3.11 Waktu Penelitian	77
BAB IV	78
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum	78
4.1.1 <i>Capsule Wardrobe</i>	78
4.1.2 Akun TikTok @dosen_fashyun.....	79
4.2 Hasil Penelitian.....	80
4.2.1 Karakteristik Responden.....	80
4.2.2 Analisis Deskripsi	84
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	103
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	103
4.3.2 Hasil Uji Linearitas	104
4.3.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	104
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis F	107
4.4 Pembahasan	109
BAB V.....	129
PENUTUP.....	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Sejenis.....	16
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner	57
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel X.....	58
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Y	60
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Pernyataan Variabel X.....	61
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Pernyataan Variabel Y.....	63
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Konten Media Sosial 40 Responden	68
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Konten Media Sosial Setelah Membuang 2, 4, dan 7	68
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Konten Media Sosial Setelah Membuang 1.....	69
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Konten Media Sosial 400 Responden	70
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Minat Pembelian 40 Responden	70
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Minat Pembelian Setelah Membuang 2	71
Tabel 3.12 Hasil Uji Validitas Minat Pembelian 400 Responden	71
Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel 40 Responden	73
Tabel 3.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel 400 Responden	73
Tabel 3.15 Waktu Penelitian	77
Tabel 4.1 Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia.....	80
Tabel 4.2 Frekuensi Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tempat Tinggal	83
Tabel 4.4 Interval Skor.....	85
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Konten Media Sosial Berdasarkan <i>Credible</i>	86
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Konten Media Sosial Berdasarkan <i>Shareable</i>	87
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Konten Media Sosial Berdasarkan <i>Useful and Fun</i>	88
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Konten Media Sosial Berdasarkan <i>Interesting</i>	89
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Konten Media Sosial Berdasarkan <i>Relevant</i>	90
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Konten Media Sosial Berdasarkan <i>Different</i>	91
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Konten Media Sosial Berdasarkan <i>On Brand</i> ...	93

Tabel 4.12 Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Variabel Konten Media Sosial	94
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Minat Pembelian Berdasarkan Minat Transaksional	96
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Minat Pembelian Berdasarkan Minat Referensial	97
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Minat Pembelian Berdasarkan Minat Preferensial	98
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Minat Pembelian Berdasarkan Minat Eksploratif	100
Tabel 4.17 Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pembelian.....	101
Tabel 4.18 Tabulasi Interpretasi Nilai R	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia	2
Gambar 1.3 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan	3
Gambar 1.4 Data Waktu Penggunaan Media Sosial Per-bulan.....	3
Gambar 1.5 Konsep <i>Capsule Wardrobe</i>	6
Gambar 1.6 Etalasi Penjualan <i>Sustainable Fashion</i>	8
Gambar 2.1 Teori Perilaku Terencana	43
Gambar 4.1 Diagram Sebaran Responden Berdasarkan Usia	81
Gambar 4.2 Diagram responden berdasarkan jenis kelamin.....	82
Gambar 4.3 Diagram Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tempat Tinggal.....	84
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Data	103
Gambar 4.5 Hasil Uji Linearitas	104
Gambar 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	105
Gambar 4.7 Hasil Uji Determinasi.....	106
Gambar 4.8 Titik Persentase Distribusi F	108
Gambar 4.9 Hasil Uji F	109

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
-----------------------------------	----