

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	12
1.4.2 Kegunaan Praktis	12
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kerangka Teori.....	15
2.1.1 Komunikasi Persuasif	15

2.1.2 Kampanye.....	15
2.1.3 Kampanye Digital (Digital Campaign)	17
2.1.4 Pemasaran Sosial (<i>Sosial Marketing</i>).....	17
2.1.4 Sikap.....	18
2.1.5 Sikap Ramah Lingkungan	18
2.1.6 Media Sosial	19
2.1.8 Pemanfaatan media sosial dalam kampanye	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis Peneltian	41
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Operasionalisasi Variabel & Skala Pengukuran.....	42
3.2.1 Operasional Variabel.....	42
3.2.2 Skala Pengukuran.....	54
3.3 Populasi Dan Sampel.....	55
3.3.1 Populasi	55
3.3.2 Sampel.....	55
3.3.3 Teknik Sampling	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data	56
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.5.1 Uji Validitas	57
3.5.2 Uji Reliabilitas	60
3.6 Teknik Analisis Data	61

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	61
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.6.2.1 Uji Normalitas	63
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.6.3 Uji Analisis Korelasi	64
3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	65
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	66
3.6.6 Uji Hipotesis	66
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Karakteristik Responden	68
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Screening Questions	68
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.2 Hasil Penelitian.....	72
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X	72
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y	83
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
4.3.1 Variabel Kampanye #Tukarbaju (X).....	97
4.3.2 Variabel Penerapan <i>Zero Waste Fashion</i> (Y)	102
4.4 Uji Asumsi Klasik	110
4.4.1 Uji Normalitas	110
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	111
4.5 Uji Analisis Korelasi	112
4.6 Analisis regresi Linier Sederhana	113

4.7 Koefisien Determinasi.....	115
4.8 Uji Hipotesis	115
BAB V.....	117
KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran.....	117
5.2.1 Saran Akademis	117
5.2.2 Saran Praktis	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	127