

**PENGARUH *FASHION INTEREST* DAN *PERCEIVED RISK*
TERHADAP *RISKY FASHION PRACTICE* PADA PENGGUNA
SANDAL CROCS DI JABODETABEK DENGAN PERAN
MEDIASI *PERCEIVED BENEFITS*, *POSITIVE EMOTION*, DAN
*NEGATIVE EMOTION***



SKRIPSI

Larissa Ika Kamila

00000071500

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH *FASHION INTEREST* DAN *PERCEIVED RISK*
TERHADAP *RISKY FASHION PRACTICE* PADA PENGGUNA
SANDAL CROCS DI JABODETABEK DENGAN PERAN
MEDIASI *PERCEIVED BENEFITS*, *POSITIVE EMOTION*,
DAN *NEGATIVE EMOTION***



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Larissa Ika Kamila

00000071500

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Larissa Ika Kamila

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071500

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH *FASHION INTEREST* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP
RISKY FASHION PRACTICE PADA PENGGUNA SANDAL CROCS DI
JABODETABEK DENGAN PERAN MEDIASI *PERCEIVED BENEFITS*,
POSITIVE EMOTION, DAN *NEGATIVE EMOTION***

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Desember 2025



Larissa Ika Kamila

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Larissa Ika Kamila
NIM : 00000071500
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : Pengaruh *Fashion Interest* dan *Perceived Risk*
Terhadap *Risky Fashion Practice* Pada Pengguna Sandal Crocs di
Jabodetabek Dengan Peran Mediasi *Perceived Benefit*, *Positive Emotion*,
dan *Negative Emotion*

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan skripsi sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 10 Desember 2025



(Larissa Ika Kamila)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH FASHION INTEREST DAN PERCEIVED RISK TERHADAP
RISKY FASHION PRACTICE PADA PENGGUNA SANDAL CROCS DI
JABODETABEK DENGAN PERAN MEDIASI PERCEIVED BENEFITS,
POSITIVE EMOTION, DAN NEGATIVE EMOTION**

Oleh

Nama : Larissa Ika Kamila

NIM : 00000071500

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 05 Desember 2025

Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M., C.D.M

0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH *FASHION INTEREST* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP
RISKY FASHION PRACTICE PADA PENGGUNA SANDAL CROCS DI
JABODETABEK DENGAN PERAN MEDIASI *PERCEIVED BENEFITS*,
POSITIVE EMOTION, DAN *NEGATIVE EMOTION*

Oleh

Nama : Larissa Ika Kamila

NIM : 00000071500

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

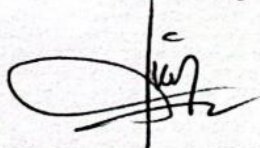
Telah diujikan pada hari Kamis, 18 Desember 2025

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

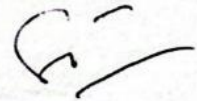
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



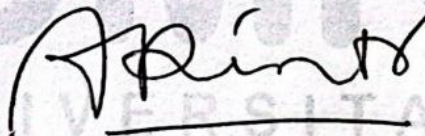
Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404

Penguji



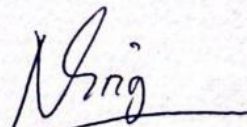
Dr. Febri Nila Chrisanty S.E., M.M
0307027602

Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M., C.D.M
0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Larissa Ika Kamila

NIM : 00000071500

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Fashion Interest* dan *Perceived Risk* Terhadap *Risky Fashion Practice* Pada Pengguna Sandal Crocs di Jabodetabek Dengan Peran Mediasi *Perceived Benefit*, *Positive Emotion*, dan *Negative Emotion*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Larissa Ika Kamila)

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Fashion Interest dan Perceived Risk Terhadap Risky Fashion Practice Pada Pengguna Sandal Crocs di Jabodetabek Dengan Peran Mediasi Perceived Benefit, Positive Emotion, dan Negative Emotion” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada

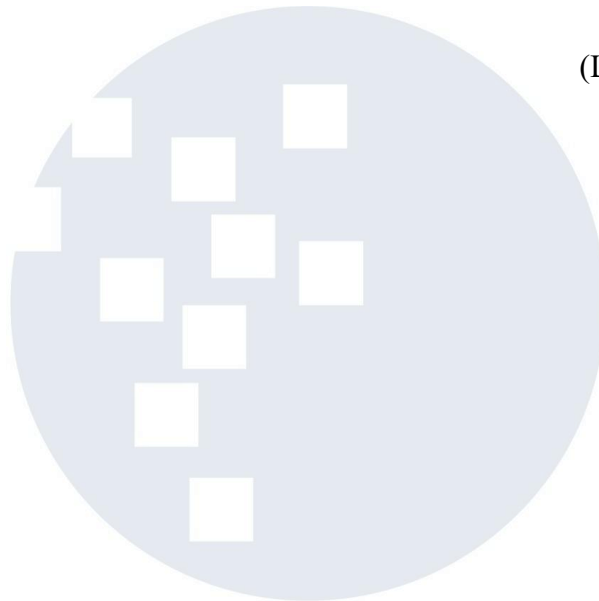
1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo, S.T., MPC, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Bobby Arinto, S.E., M.M., C.D.M, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, serta kucing saya Midut yang selalu menemani dalam mengerjakan tugas akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Audrey Lavina, Natalia Joanna Halim, dan Stevany Anggelia sebagai teman terdekat yang telah menemani perkuliahan dari hari pertama kuliah hingga saat ini.
7. Teman-teman seperjuangan dari grup Bebasan, UMN TV Gen 11, Marketing Gas, Jumanji, dan Bimbingan Skripsi Pak Bobby yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Larissa Ika Kamila)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH *FASHION INTEREST* DAN *PERCEIVED RISK*
TERHADAP *RISKY FASHION PRACTICE* PADA PENGGUNA
SANDAL CROCS DI JABODETABEK DENGAN PERAN
MEDIASI *PERCEIVED BENEFITS*, *POSITIVE EMOTION*, DAN
*NEGATIVE EMOTION***

(Larissa Ika Kamila)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ketertarikan mode dan persepsi risiko terhadap praktik mode berisiko pada pengguna sandal Crocs di Jabodetabek dengan persepsi benefit, emosi positif, dan emosi negatif sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 161 responden dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketertarikan mode berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi benefit dan praktik mode berisiko. Persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap emosi negatif, namun tidak berpengaruh terhadap praktik mode berisiko. Selain itu, persepsi benefit berpengaruh positif signifikan terhadap emosi positif dan praktik mode berisiko, sedangkan emosi positif juga terbukti mendorong praktik mode berisiko. Sementara itu, emosi negatif tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik mode berisiko. Temuan ini menegaskan bahwa minat mode, manfaat yang dirasakan, dan emosi positif menjadi pendorong utama konsumen dalam melakukan praktik mode berisiko pada produk Crocs.

Kata kunci: Ketertarikan mode, Persepsi Risiko, Persepsi Benefit, Emosi, Praktik mode berisiko.

THE INFLUENCE OF FASHION INTEREST AND PERCEIVED RISK ON RISKY FASHION PRACTICE AMONG CROCS SANDAL USERS IN JABODETABEK WITH THE MEDIATING ROLES OF PERCEIVED BENEFITS, POSITIVE EMOTION, AND NEGATIVE EMOTION

(Larissa Ika Kamila)

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of fashion interest and perceived risk on risky fashion practice among Crocs users in the Jabodetabek area, with perceived benefits, positive emotion, and negative emotion serving as mediating variables. A quantitative approach was employed using a survey of 161 respondents, and the data were analyzed using SmartPLS 4.0. The results show that fashion interest has a significant positive effect on both perceived benefits and risky fashion practice. Perceived risk significantly increases negative emotion but does not significantly affect risky fashion practice. Additionally, perceived benefits significantly enhance positive emotion and risky fashion practice, while positive emotion also has a significant positive effect on risky fashion practice. Meanwhile, negative emotion does not significantly influence risky fashion practice. These findings highlight that fashion interest, perceived benefits, and positive emotions are the primary drivers of consumers' engagement in risky fashion practices related to Crocs products.

Keywords: Fashion Interest, Perceived Risk, Perceived Benefits, Emotions, Risky Fashion Practice

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Batasan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.1.1 Grand Theory	16
2.1.2 <i>Fashion Interest</i>	18
2.1.3 <i>Perceived Benefit</i>	20
2.1.4 Positive Emotion	23
2.1.5 Perceived Risk.....	27
2.1.6 Negative Emotion.....	30
2.1.7 Risk Fashion Practice	35
2.2 Model Penelitian	38
2.3 Hipotesis.....	39

2.3.1 <i>Fashion Interest</i> berpengaruh positif terhadap <i>Perceived Benefit</i>	39
2.3.2 <i>Fashion Interest</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	41
2.3.3 <i>Perceived Risk</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Negative Emotion</i>	43
2.3.4 <i>Perceived Benefit</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Positive Emotion</i>	46
2.3.5 <i>Perceived Risk</i> memiliki pengaruh negatif terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	49
2.3.6 <i>Perceived Benefit</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Risky fashion practice</i>	52
2.3.7 <i>Negative Emotion</i> memiliki pengaruh negatif terhadap <i>Risky fashion practice</i>	54
2.3.8 <i>Positive Emotion</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Risky fashion practice</i>	56
2.4 Penelitian Terdahulu	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	78
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	78
3.2 Desain Penelitian	79
3.2.1 <i>Exploratory Research</i>	80
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	86
3.3.2 Populasi	86
3.3.2 Sampel	88
3.3.2.1 <i>Sample Unit</i>	90
3.3.2.2 <i>Sample Frame</i>	91
3.3.2.3 <i>Sample Technique</i>	91
3.3.2.4 <i>Sample Size</i>	95
3.4 Teknik Pengumpulan Data	96
3.4.1 Periode Penelitian	96
3.4.2 Pengumpulan Data	96
3.4.3 Proses Penelitian	97
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian	98
3.5.1 Variabel Eksogen	98

3.5.2 Variabel Endogen.....	98
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	99
3.7 Teknik Analisis Data.....	104
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	104
3.7.1.1 Uji Validitas	104
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	107
3.7.2 Analisis Data Penelitian	107
3.7.2.2 Kecocokan Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	111
3.8 Uji Hipotesis	112
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	114
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	114
4.2 Profil Responden.....	115
Profil Responden Berdasarkan Usia.....	115
Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	116
Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Produk.....	117
4.3 Analisis Deskriptif.....	117
4.3.1 <i>Fashion Interest</i>	118
4.3.2 <i>Perceived Benefit</i>	120
4.3.3 <i>Perceived Risk</i>	122
4.3.4 <i>Positive Emotion</i>	124
4.3.5 <i>Negative Emotion</i>	125
4.3.6 <i>Risky Fashion Practice</i>	126
4.4 Uji Instrumen <i>Pre-Test</i>	128
4.4.1 Uji <i>Outer Model</i>	128
4.5 Uji Validitas	131
4.6 Uji Reliabilitas	135
4.7 Uji Hipotesis	137
4.8 Pembahasan.....	140
4.8.1 Hasil Uji Pengaruh <i>Fashion Interest</i> terhadap <i>Perceived Benefit</i>	140
4.8.2 Hasil Uji Pengaruh <i>Fashion Interest</i> terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	140

4.8.3	Hasil Uji Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Negative Emotion</i>	141
4.8.4	Hasil Uji Pengaruh <i>Perceived Benefit</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	141
4.8.5	Hasil Uji Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	142
4.8.6	Hasil Uji Pengaruh <i>Perceived Benefit</i> terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	142
4.8.7	Hasil Uji Pengaruh <i>Negative Emotion</i> terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	143
4.8.8	Hasil Uji Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	143
4.9	Implikasi Manajerial	144
4.9.1	Upaya Memperkuat <i>Fashion Interest</i> terhadap <i>Perceived Benefit</i>	144
4.9.2	Upaya Memperkuat <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Negative Emotion</i>	145
4.9.3	Upaya Memperkuat <i>Perceived Benefit</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	146
4.9.4	Upaya Memperkuat <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	148
4.9.5	Upaya Memperkuat <i>Perceived Benefit</i> terhadap <i>Risky Fashion Practice</i>	149
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	151
5.1	Simpulan	151
5.2	Saran.....	152
5.2.1	Saran bagi perusahaan.....	152
5.2.2	Saran bagi penelitian selanjutnya.....	152
DAFTAR PUSTAKA		154
LAMPIRAN.....		162

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	59
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	99
Tabel 3. 2 Uji Validitas	106
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas	107
Tabel 4. 1 Interval kriteria penelitian.....	118
Tabel 4. 2 <i>Fashion Interest</i>	118
Tabel 4. 3 <i>Perceived Benefit</i>	120
Tabel 4. 4 <i>Perceived Risk</i>	122
Tabel 4. 5 <i>Positive Emotion</i>	124
Tabel 4. 6 <i>Negative Emotion</i>	125
Tabel 4. 7 <i>Risky Fashion Practice</i>	126
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	129
Tabel 4. 9 Uji <i>Convergent Validity</i>	131
Tabel 4. 10 <i>Cross Loading</i>	133
Tabel 4. 11 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	134
Tabel 4. 12 Uji HTMT	135
Tabel 4. 13 Uji <i>Interval Consistency Reliability</i>	135
Tabel 4. 14 <i>Collinearity Statistics</i>	137
Tabel 4. 15 Uji <i>Path Coefficient</i>	138
Tabel 4. 16 <i>R-Square</i>	139



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan industri <i>fashion global</i>	1
Gambar 1.2 Pendapatan industri <i>footwear</i> Indonesia	3
Gambar 1.3 Penelitian Biomekanika aktivitas otot.....	4
Gambar 1.4 Penjualan Crocs Internasional.....	6
Gambar 1.5 Penjualan Crocs Indonesia	7
Gambar 1.6 <i>Sport mode could outrun</i>	10
Gambar 1.7 Crocs <i>for hiking</i>	10
Gambar 1.8 Realita Crocs	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian	38
Gambar 3. 1 Logo Crocs	78
Gambar 3. 2 <i>Research design</i>	80
Gambar 3. 3 <i>Sampling Process</i>	89
Gambar 3. 4 <i>Sampling Frame</i>	92
Gambar 3. 5 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	108
Gambar 4. 1 Data usia.....	115
Gambar 4. 2 Data domisili	116
Gambar 4. 3 Data penggunaan produk.....	117
Gambar 4. 4 Uji <i>Outer model</i>	129
Gambar 4. 5 Uji <i>Inner model</i>	137
Gambar 4. 6 Alterre: <i>Interchangeable Shoes</i>	145
Gambar 4. 7 <i>A guide to Birkenstock</i>	146
Gambar 4. 8 BARILLA <i>Spaghetti Playlist</i>	147
Gambar 4. 9 VKTRY <i>Recovery Clog</i>	148
Gambar 4. 10 Summer Fridays <i>ice cream bar</i>	150

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jurnal Referensi Utama	162
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-test</i>	163
Lampiran 3 Hasil Uji <i>Main test</i>	164
Lampiran 4 Kuesioner.....	167
Lampiran 5 Turnitin	177
Lampiran 6 Form Bimbingan.....	180
Lampiran 7 Form <i>Artificial Intellegent (AI)</i>	181

