

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan etika bisnis dan *ethical awareness* terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada dalam membeli produk *fast fashion*, serta menganalisis pengaruh demografi antara gender dengan keputusan pembelian *fast fashion* mahasiswa. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh institut pendidikan maupun universitas, terkhusus yang membawahi jurusan bisnis dan manajemen dalam pengembangan pendidikan etika bisnis yang diajarkan. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan acuan bagi perusahaan agar lebih memperhatikan aspek *sustainability*, baik dari segi produksi, pemasaran, transparansi pelaporan, maupun *product knowledge*.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode kuantitatif. Sampel penelitian adalah 119 responden mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi yang telah/sedang dan belum mengambil mata kuliah terkait etika bisnis. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yakni pendidikan etika bisnis, *ethical awareness*, dan faktor demografis, di mana pada penelitian ini adalah gender.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Pendidikan etika bisnis berpengaruh terhadap keputusan pembelian *fast fashion*; 2) *Ethical awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *fast fashion*; 3) Jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan pembelian *fast fashion*.

Kata kunci: Etika Bisnis, *Ethical Awareness*, Gender, *Fast Fashion*

Irene Hana Dameria Silalahi

NIM. 18/423405/EK/21729

Jurusan Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

irenesilalahi@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing: Fitri Amalia, S.E., M.Sc., Ph.D.

ABSTRACT

This research purpose is to investigate the effect of business ethics education and ethical awareness towards the decision of Gadjah Mada University's Economics and Business students in consuming fast fashion products, and to analyze the demographic effect between gender and fast fashion purchasing decisions of students. The results of this research can be used as a reference by educational institutes and universities, specifically those in charge of business and management in the development of business ethics education. In addition, this research can also be used as a reference for companies to pay more attention on aspects of sustainability, both in terms of production, marketing, transparency reporting, and product knowledge.

This research uses primary data with quantitative method. The sample of this research is 119 university students of Faculty of Economics and Business Gadjah Mada University who have taken, are taking, and have yet to take the business ethics courses. This research uses 3 independent variables, which are business ethics education, ethical awareness, and demographic factor, where in this research is gender.

The results of this research are: 1) Education of business ethics affects fast fashion purchasing decisions; 2) Ethical awareness affects fast fashion purchasing decisions; 3) Gender affects fast fashion purchasing decisions

Keywords: Business Ethics, Ethical Awareness, Gender, Fast Fashion

Irene Hana Dameria Silalahi

NIM. 18/423405/EK/21729

Jurusan Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

irenesilalahi@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing: Fitri Amalia, S.E., M.Sc., Ph.D.