

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan etika bisnis, pengetahuan *sustainable ethics*, serta faktor demografis yaitu jenis kelamin terhadap keputusan mahasiswa dalam membeli produk *fast fashion*. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi institut pendidikan dalam penyusunan kurikulum akademik serta melakukan pengkajian ulang terhadap pendidikan etika yang telah diajarkan. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan informasi bagi perusahaan *fashion* agar lebih mempertimbangkan aspek keberlanjutan dari segi pemasaran, produksi, maupun transparansi pelaporan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel penelitian merupakan 151 mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada angkatan 2018, 2019, 2020, dan 2021 yang sudah dan belum mengambil mata kuliah etika bisnis. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu pendidikan etika bisnis, pengetahuan *sustainable ethics*, serta faktor demografis yaitu jenis kelamin.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Pendidikan etika bisnis berpengaruh terhadap keputusan pembelian *fast fashion*; 2) Pengetahuan *sustainable ethics* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *fast fashion*; 3) Jenis kelamin tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *fast fashion*.

Kata kunci: Etika Bisnis, Sustainable Ethics, Jenis Kelamin, Fast Fashion

ABSTRACT

This research purpose is to analyze the effect of business ethics education and sustainable ethics knowledge, as well as demographic factors, such as gender towards student's decision to buy fast fashion products. The results of this research can be used as a reference for educational institutes in preparing the academic curriculum and reviewing the business ethics education that has been taught. In addition, the results of this research can also be used as information for fashion companies to pay more attention on aspects of sustainability in terms of marketing, production, and transparency reporting.

This research uses a quantitative method with a research sample of 151 undergraduate students at Faculty of Economics and Business Gadjah Mada University, class of 2018, 2019, 2020, and 2021 who have taken and not taking yet business ethics courses. This research uses 3 independent variables, those are business ethics education, sustainable ethics knowledge, and demographic factors, such as gender.

The results of this research are: 1) Business ethics education affects fast fashion purchasing decisions; 2) Knowledge of sustainable ethics affects fast fashion purchasing decisions; 3) Gender has no influence on fast fashion purchasing decisions.

Keywords: Business Ethics, Sustainable Ethics, Gender, Fast Fashion