

INTISARI

Industri fesyen merupakan salah satu penyumbang limbah terbesar di dunia apalagi setelah maraknya tren fesyen cepat, maka dari itu fesyen berkelanjutan hadir sebagai solusi dari permasalahan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat beli konsumen atas produk pakaian berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner pada responden Generasi Milenial dan Generasi Z yang mengetahui tentang konsep fesyen berkelanjutan namun belum pernah melakukan pembelian. Sebanyak 210 kuesioner dikumpulkan dan dinilai berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode SEM-PLS untuk mengevaluasi data empiris dan menguji hipotesis. Hasil dari penelitian ini didapat bahwa kepedulian terhadap lingkungan dan persepsi nilai produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada kesiediaan konsumen untuk membayar harga lebih mahal atas produk pakaian berkelanjutan. Selain itu, kesiediaan untuk membayar juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada niat beli konsumen untuk produk pakaian berkelanjutan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Konsumsi Berkelanjutan, Kepedulian Terhadap Lingkungan, Persepsi Nilai Produk, Kesiediaan Untuk Membayar, Niat Beli

ABSTRACT

The fashion industry is one of the largest contributors to waste in the world especially after the rise of fast fashion trends, therefore sustainable fashion is present as a solution to this problem. This study aims to analyze consumer purchase intention for sustainable clothing products. This research uses a questionnaire survey method on Millennial and Generation Z respondents who know about the concept of sustainable fashion but have never made a purchase. A total of 210 questionnaires were collected and scored based on predetermined criteria. The collected data was analyzed using the SEM-PLS method to evaluate empirical data and test hypotheses. The results of this study found that environmental concern and perceived product value have a positive and significant influence on consumers' willingness to pay a higher price for sustainable clothing products. In addition, willingness to pay also has a positive and significant influence on consumers' purchase intention for sustainable clothing products.

Keywords: Consumer Behavior, Sustainable Consumption, Environmental Concern, Perceived Product Value, Willingness to Pay, Purchase Intention