

INTISARI

Penelitian ini bertujuan guna menganalisis pengaruh pendidikan etika bisnis, pengetahuan ekolabel, serta jenis kelamin terhadap intensi pembelian mahasiswa dalam membeli produk kecantikan ramah lingkungan. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi perguruan tinggi dalam penyusunan kurikulum akademik serta dapat dijadikan bahan kajian ulang terhadap pendidikan etika yang sudah diajarkan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi perusahaan kecantikan agar lebih memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan dari segi produksi, pemasaran, hingga transparansi pelaporan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan sampel penelitian adalah mahasiswa S1 FEB UGM angkatan 2019, 2020, 2021, 2022, dan 2023 yang sudah atau belum mengambil mata kuliah etika bisnis. Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel independen diantaranya adalah pendidikan etika bisnis, pengetahuan label ramah lingkungan (Ekolabel), dan jenis kelamin.

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan sebagai berikut: 1) Pendidikan etika bisnis berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kecantikan ramah lingkungan; 2) Pengetahuan ekolabel berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kecantikan ramah lingkungan; 3) Jenis kelamin tidak memiliki pengaruh terhadap intensi pembelian produk kecantikan ramah lingkungan.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Pengetahuan Label Ramah Lingkungan (Ekolabel), Jenis Kelamin, Produk Kecantikan Ramah Lingkungan.

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of business ethics education, knowledge of ecolabels, and demographic factors, specifically gender, on the purchasing intentions of students when buying environmental friendly cosmetics products. The results of this research can serve as a guide for universities in designing academic curriculum and can be used for a reevaluation of the ethics education that has been taught. Additionally, the findings can be a source of information for beauty companies to pay more attention to environmental sustainability in terms of production, marketing, and transparency in reporting.

The research was conducted using a quantitative method with the research sample consisting of undergraduate students from the Faculty of Economics and Business at Universitas Gadjah Mada, class of 2019, 2020, 2021, 2022, and 2023, who have taken and not taking yet business ethics courses. This research uses three independent variables: business ethics education, knowledge of environmentally friendly labels (Ecolabels), and gender.

The results of the conducted research are as follows: 1) Business ethics education has a positive influence on the purchase intention of environmentally friendly beauty products; 2) Knowledge of ecolabel has a positive influence on the purchase intention of environmentally friendly beauty products; 3) Gender does not have an influence on the purchase intention of environmentally friendly beauty products.

Keywords: Business Ethics, Knowledge of Environmentally Friendly Labels (Ecolabels), Gender, Environmental Friendly Cosmetics