

ABSTRAK

Industri mode di Indonesia memiliki dampak lingkungan yang signifikan, berkontribusi terhadap emisi karbon global, polusi air, dan limbah tekstil. Seperti misalnya industri *fast fashion*, yang ditandai oleh produksi tinggi dan ketahanan pakaian yang rendah, telah menghasilkan praktik-praktik yang tidak berkelanjutan. Meskipun demikian, ada sebuah gerakan yang tumbuh menuju fesyen yang berkelanjutan atau biasa disebut pakaian ramah lingkungan di Indonesia yang dipicu oleh kesadaran konsumen yang semakin meningkat dan kebutuhan untuk mengatasi dampak lingkungan dan sosial dari industri ini. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terkait pakaian ramah lingkungan memiliki nilai penting karena dapat memberikan wawasan tentang cara meningkatkan konsumsi pakaian ramah lingkungan di Indonesia. Dengan pemahaman tersebut, pelaku usaha serta pembuat kebijakan dapat merancang strategi untuk menciptakan industri mode yang lebih ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial di Indonesia. Penelitian ini berfokus pada pengujian pengaruh persepsi harga, sikap lingkungan, literasi lingkungan, dan produk *eco-label* terhadap perilaku pembelian produk pakaian ramah lingkungan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner sebagai media pengumpulan data. Objek yang diteliti yakni merek-merek produk pakaian ramah lingkungan yang ada di Indonesia. Adapun sampel penelitian dipilih menggunakan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan data dari 387 responden yang dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan dianalisis menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan persepsi harga, sikap lingkungan, literasi lingkungan, dan produk *eco-label* berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku pembelian. Selain itu, produk *eco-label* dikatakan sebagai prediktor terbaik dari perilaku pembelian produk pakaian ramah lingkungan di Indonesia.

Kata kunci: Pakaian Ramah Lingkungan, Perilaku Pembelian, Sikap Lingkungan, Literasi Lingkungan, Produk *Eco-label*

ABSTRACT

The fashion industry in Indonesia has a significant environmental impact, contributing to global carbon emissions, water pollution, and textile waste. For instance, the fast fashion industry, characterized by high production and low garment durability, has generated unsustainable practices. Nevertheless, there is a growing movement towards more sustainable fashion, also known as environmentally friendly clothing, in Indonesia, driven by an increasingly aware consumer base and the necessity to address the environmental and social impacts of this industry. Identifying factors influencing consumer purchasing behavior related to environmentally friendly clothing is crucial as it can provide insights into how to enhance the consumption of such clothing in Indonesia. With this understanding, businesses and policymakers can devise strategies to create a more environmentally friendly and socially responsible fashion industry in Indonesia. This research aims to examine the influence of price perception, environmental attitude, environmental literacy, and *eco-label* products on the purchasing behavior of environmentally friendly clothing products in Indonesia. The research utilizes a questionnaire survey method for data collection, with the study concentrating on brands of environmentally friendly clothing products in Indonesia. The research sample is selected using non-probability sampling methods, with data from 387 respondents analyzed through multiple linear regression analysis and processed using SPSS software. The research findings showed that price perception, environmental attitude, environmental literacy, and *eco-label* products have a positive and significant impact on purchasing behavior. Moreover, *eco-label* products are identified as the strongest predictor of purchasing behavior for environmentally friendly clothing products in Indonesia.

Keywords: Environmentally Friendly Clothing, Purchasing Behavior, Environmental Attitude, Environmental Literacy, *Eco-label* Products