UNIVERSITAS
GADJAH MADA
The Effect of Corporate Social Responsibility Awareness towards Customers Intention of Purchasing Uniqlo
KHARISMA RAJA ONAN, Supriyadi, M.Sc., Ph.D., CMA., CA., Ak.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Intisari

Sebagai salah perusahaan pakaian terbesar dari Jepang, Uniqlo memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan sekitarnya. Studi ini menganalisis inisiatif Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh Uniqlo, raksasa fast-fashion yang berasal dari Jepang terhadap keinginan pelanggan dalam membeli produk mereka. Inisiatif yang dibahas dalam penelitian ini meliputi: memperkuat komunitas, tata kelola perusahaan, dan kesadaran lingkungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara inisiatif yang diambil di atas dengan niat pembelian pelanggan Uniqlo.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode kuantitatif. Sampel penelitian adalah 51 responden yang merupakan anggota generai Z yang memiliki lebih dari 3 produk Uniqlo. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen untuk mewakili inisiatif CSR yang sedang dilakukan yaitu memperkuat komunitas, tata kelola perusahaan, dan kesadaran lingkungan. Untuk menentukan pengaruh variabel independen dan variabel kontrol, beberapa analisis regresi linear dilakukan dalam penelitian ini. Dari hasil analisis hasil tes, diketahui bahwa hanya tata kelola perusahaan yang memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian pelanggan.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), memperkuat komunitas, tata kelolah perusahaan, kesadaran lingkungan, niat membeli, etika bisnis

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
The Effect of Corporate Social Responsibility Awareness towards Customers Intention of Purchasing Uniqlo
KHARISMA RAJA ONAN, Supriyadi, M.Sc., Ph.D., CMA., CA., Ak.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

As one of the biggest clothing lines from Japan, Uniqlo has the responsibility towards the environment and its surroundings. This study analyzes the Corporate Social Responsibility (CSR) initiatives behind Uniqlo, a Japanese fast-fashion giant towards the customer's intention in purchasing them. The initiatives being discussed in this study include: strengthen communities, corporate governance, and environmental awareness. The purpose of this research is to analyze the relationship between the initiatives taken above with customer's purchase intention of Uniqlo.

This study uses primary data with quantitative methods. The research sample was 51 respondents of generation Z members who owns more than 3 Uniqlo products. The study used 3 independent variables to represent the CSR initiatives which are strengthen communities, corporate governance, and environmental awareness. To determine the influence of independent variables and control variables, multiple linear regression analysis was conducted in this study. From the analysis of the test results, it is known that only corporate governance has a positive influence towards customer's purchasing intention.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), strengthen communities, corporate governance, environment awareness, purchasing intention, business ethics