

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan etika bisnis dan pengetahuan *fashion ethics* terhadap keputusan mahasiswa dalam membeli produk *fast fashion*, serta menganalisis pengaruh demografi antara gender dengan keputusan pembelian *fast fashion* di Indonesia. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh institut pendidikan maupun universitas, terkhusus yang membawahi jurusan bisnis dan manajemen dalam mengkaji ulang pendidikan etika yang diajarkan. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan acuan bagi perusahaan agar lebih memperhatikan aspek *sustainability*, baik dari segi produksi, pemasaran, transparansi pelaporan, maupun *product knowledge*.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode kuantitatif. Sampel penelitian adalah 125 responden mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi yang telah/sedang dan belum mengambil mata kuliah terkait etika bisnis. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yakni pendidikan etika bisnis, pengetahuan *ethical fashion*, dan faktor demografis, di mana pada penelitian ini adalah gender.

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

Kata kunci: Etika Bisnis, Ethical Fashion, Gender, Fast Fashion

Elsania Pasilla

NIM. 16/393226/EK/20770^[1]_{SEP}

Jurusan Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

elsania.pasilla@mail.ugm.ac.id^[1]_{SEP}

Dosen Pembimbing: Amanda Acintya, S.E., M.Sc.

ABSTRACT

This research purpose is to investigate the effect of business ethics education and fashion ethics knowledge towards decision of students to buy fast fashion products, and to analyze the demographic effect between gender and fast fashion purchasing decisions in Indonesia. The results of this research can be used as a reference by educational institutes and universities, especially those in charge of business and management majors in reviewing the business ethics education. In addition, this research can also be used as a reference for companies to pay more attention on aspects of sustainability, both in terms of production, marketing, transparency reporting, and product knowledge.

This research uses primary data with quantitative method. The sample of this research is 125 college students at Faculty of Economics who have taken, are taking, and not taking yet business ethics courses. This research uses 3 independent variables, those are business ethics education, ethical fashion knowledge, and demographic factor, where in this research is gender.

The results of this research are: 1) Education of business ethics affects fast fashion purchasing decisions; 2) Knowledge of fashion ethics affects fast fashion purchasing decisions; 3) Gender affects fast fashion purchasing decisions

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

Elsania Pasilla

NIM. 16/393226/EK/20770^[L]_{SEP}

Accounting, Universitas Gadjah Mada

elsania.pasilla@mail.ugm.ac.id^[L]_{SEP}

Supervisor: Amanda Acintya, S.E., M.Sc.