

ABSTRAK

Annisa Octaviani Gunawan (01011170172)

Pengaruh Pengetahuan dan Perilaku Konsumen pada Konsumsi Pakaian Berkelanjutan (Merek Global)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami hubungan antara pengetahuan mengenai masalah lingkungan, pengetahuan mengenai masalah sosial, motivasi terhadap tanggung jawab lingkungan, sikap terhadap merek hijau terhadap minat beli pakaian jadi berkelanjutan pada merek global. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner elektronik yaitu Google Forms. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang pernah membeli atau menggunakan produk pakaian jadi dengan merek Supreme, Fashion Nova, Nike, Adidas, Topman, Topshop, H&M, Mango, Coach, Victoria's Secret, ZARA, Uniqlo, Stradivarius, Under Armor. Pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 230 responden. Model pengukuran luar dan dalam dianalisis dengan menggunakan SmartPLS 3.3.2. Model luar terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model dalam menguji R-Square, T-statistik, P-value. Selanjutnya, pemodelan persamaan struktural dilakukan untuk menguji hubungan konstruk dalam kerangka teori penelitian ini. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan terhadap masalah lingkungan dan pengetahuan terhadap masalah sosial tidak memiliki dampak pada sikap terhadap merek hijau. Namun, motivasi terhadap tanggung jawab lingkungan memiliki hasil yang didukung pada sikap terhadap merek hijau sehingga dapat menimbulkan minat pembelian. Serta, sikap terhadap merek hijau, pengetahuan terhadap masalah sosial, dan motivasi terhadap tanggung jawab lingkungan memberikan dampak terhadap minat pembelian produk pakaian jadi merek global.

Kata Kunci: *Pengetahuan tentang masalah lingkungan, pengetahuan tentang masalah sosial, motivasi untuk tanggung jawab lingkungan, sikap terhadap merek hijau, niat membeli*