

Sustainable fashion purchase intention drivers : A study on local Slow-fashion brands in Indonesia = Pendorong niat pembelian fashion berkelanjutan: Studi tentang merek-merek Slow-fashion lokal di Indonesia

Pasaribu, Cecilia Claranita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920547592&lokasi=lokal>

Abstrak

Sektor fashion diakui sebagai salah satu industri yang paling merugikan secara ekologis karena praktiknya yang membutuhkan sumber daya tinggi dan dampak negatif yang signifikan pada lingkungan. Oleh karena itu, muncul solusi alternatif yang dikenal sebagai slow fashion. Seiring berjalannya waktu, masyarakat Indonesia mulai mengembangkan sikap positif terhadap gerakan slow fashion. Namun, tampaknya sikap positif tersebut tidak selalu berdampak pada pembelian atau pembayaran produk slow fashion. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara nilai-nilai personal tertentu (lingkungan, hedonik, dan utilitarian) dan niat untuk membeli slow fashion melalui mekanisme sikap terhadap slow fashion pada merek lokal di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Penelitian ini berhasil mengumpulkan dan menganalisis data dari 218 responden yang memenuhi kriteria penelitian yang telah ditentukan. Studi ini menunjukkan hubungan yang kuat antara sikap konsumen Indonesia terhadap slow fashion dan meningkatnya kecenderungan mereka untuk membeli produk slow fashion produksi lokal.

.....The fashion sector is widely recognized as one of the most ecologically harmful industries due to its resource-intensive practices and substantial adverse impacts on the environment. Therefore, an alternative solution has emerged, known as slow fashion. As time progresses, the Indonesian community is beginning to develop a positive attitude towards the slow fashion movement. However, it appears that a positive attitude does not always translate into the actual purchase or payment for slow fashion products. Hence, this study aims to investigate the relationships between specific personal values (environmental, hedonic, and utilitarian) and the intention to purchase slow fashion through the mechanism of attitude toward slow fashion in local brands in Indonesia. This research is conducted using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. This research has successfully gathered and analyzed data from 218 respondents who satisfied the pre-defined research criteria. The study demonstrates a strong relationship between the attitude toward slow fashion of Indonesian consumers and their increased inclination to purchase locally-produced slow fashion products.