

Analisis mediasi sikap konsumen dalam membentuk minat pembelian kembali produk tekstil daur ulang pada generasi Z di Jabodetabek = Mediation analysis of generation Z's in Jabodetabek consumer attitude in shaping repurchase intentions of recycled textile products

Audrey Vides Kosasih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920547428&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini pertumbuhan bisnis dan ekonomi sudah semakin maju. Begitu pula dengan Indonesia, khususnya di wilayah Jabodetabek yang terdiri Ibukota Jakarta dan kota-kota disekitarnya dengan populasi usia produktif yang cukup tinggi. Namun, selain dari pertumbuhan bisnis dan ekonomi, peningkatan jumlah limbah pun semakin meningkat. Salah satunya jumlah limbah pada industri tekstil Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengadopsi konsep “creating shared value” dengan mengadopsi konsep ekonomi sirkular. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh antara motivasi internal konsumen terhadap minat pembelian ulang yang dimediasi oleh faktor sikap konsumen terhadap produk tekstil daur ulang pada masyarakat generasi Z yang berdomisili di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif SEM (Structural Equation Modelling) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3 dengan survei kuesioner daring atas 220 orang responden. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi internal konsumen terhadap produk tekstil hasil daur ulang, semakin tinggi pula sikap positif yang diberikan konsumen akan produk tersebut sehingga meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian berulang dari produk tekstil hasil daur ulang (upcycle & creative reuse).

.....Nowadays, business and economic growth are becoming more advanced. Similarly in Indonesia, particularly in the Jabodetabek region, which includes the capital Jakarta and adjacent areas and has a relatively large population of productive age. Apart from commercial and economic expansion, there is also an increase in waste products. Some of them include the amount of trash generated by Indonesia's textile sector. As a result, it is critical for businesses to adopt the circular economy notion of "creating shared value". This study seeks to determine the impact of customers' internal motivations on repurchase intention, as mediated by consumer views about recycled textile items among Jabodetabek's Generation Z residents. This study used the quantitative SEM (Structural Equation Modeling) approach using SmartPLS version 3 software and an online questionnaire survey of 220 participants. The findings of this study show that the higher the consumer's internal motivation for recycled textile products, the higher the consumer's positive attitude toward the product, increasing consumer interest in making repeat purchases of recycled textile products (upcycle & creative reuse).