

The Influence of Ethical Fashion Concept on Purchase Decisions Among Young Consumers in Indonesia and Australia = Pengaruh Konsep Mode Etis terhadap Keputusan Membeli pada Konsumen Kalangan Muda di Indonesia dan Australia

Alifah Safiana Ashri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554046&lokasi=lokal>

Abstrak

The purpose of this research is to give a better insight of ethical consumption in fashion. Although buyers are urging for more responsibility from companies to act ethically, it is arguable if buyers are willing to give up their individual needs to defend ethically made garments. In order to find out the buyer's standpoint and behaviour regarding ethical affairs in fashion production and its influence on purchasing behaviour, focus group discussions are carried out in Indonesia and Australia as a method to collect primary data. This research shows minor evidence that ethical considerations have an impact on buyers's purchase behaviour in fashion. Buyers are primarily influenced to prioritize the need to purchase clothes over ethical problems. Consumers often face difficulties when they try to shop ethically. Hence they want proper guidance so they would be able to have a better ethical understanding. Ethical fashion brands also have to communicate it more actively.

.....Tujuan penelitian ini adalah untuk berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang konsumsi mode yang etis. Meskipun konsumen menuntut perusahaan untuk bertindak lebih etis,, timbul sebuah keraguan, apakah konsumen akan mengorbankan kebutuhan pribadi mereka untuk mendukung penggunaan pakaian yang diproduksi secara etis. Untuk memahami sudut pandang dan perilaku pembeli mengenai etika dalam produksi fesyen dan pengaruhnya terhadap perilaku pembelian, dilakukan focus group discussion di Indonesia dan Australia sebagai metode pengumpulan data primer. Temuan dari penelitian ini menunjukkan sedikitnya bukti bahwa masalah etika berpengaruh pada perilaku pembelian fesyen konsumen. Kebutuhan pribadi adalah hal yang memotivasi konsumen untuk membeli pakaian, dan hal ini lebih diutamakan dibandingkan permasalahan etika. Konsumen sering menghadapi kesulitan ketika mereka mencoba berbelanja secara etis. Oleh karena itu, mereka menginginkan panduan yang tepat sehingga mereka dapat memiliki pemahaman mengenai etika dalam mode yang lebih baik. Merek fashion yang berpegangan pada standar mode etis juga perlu mengkomunikasikan hal ini secara lebih aktif.