

Bab II

Tinjauan Pustaka

2.1 Definisi Pakaian

Kebutuhan utama manusia atau biasa disebut kebutuhan primer terdiri dari sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal). Pakaian merupakan sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk melindungi atau menutupi diri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pakaian adalah barang yang dipakai (baju, celana dan sebagainya). Setiap tahunnya mode pakaian akan selalu berubah mengikuti tren terbaru. Pakaian dapat membantu untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan sebuah gaya hidup (Piamphongsant dan Mandhachitara, 2008). Chrisnawati dan Abdullah (2011) memaparkan bahwa remaja yang percaya dan yakin bahwa penampilan, terutama pakaian, adalah sarana penerimaan sosial yang paling penting akan selalu memperhatikan penampilan mereka.

2.2 Definisi Green Apparel

Green apparel atau pakaian hijau adalah pakaian yang terbuat dari bahan yang alami atau natural dan menggunakan proses produksi yang ramah lingkungan. *Green apparel* mengacu pada pakaian yang diproduksi dengan proses yang ramah lingkungan dan serat alami (Cho dkk., 2015). Menurut Goworek dkk. (2012), *green apparel* adalah pakaian yang menggabungkan praktik sosial, lingkungan, dan *fair-trade*. *Green apparel* berfokus pada penggunaan proses berkelanjutan (*sustainability*) untuk melindungi sumber daya lingkungan sehingga membuat konsumen membeli *green apparel* untuk menunjukkan sikap kepedulian terhadap lingkungan mereka. Wiederhold dan Martinez (2018) juga mengatakan bahwa *green apparel* atau pakaian hijau mengacu pada pakaian yang menghadirkan praktik *fair-trade* kondisi kerja yang baik, menangkal dampak dari *fast fashion* terhadap lingkungan, menghindari penggunaan zat beracun, mendukung kegiatan daur ulang, dan menciptakan kesadaran tentang model pakaian etis.

2.3 Atribut Produk dan Manfaat *Green Apparel*

Penelitian menunjukkan bahwa konsumen sadar akan atribut dari produk *green apparel* ketika membelinya (Khare, 2020). Namun berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan Lee dkk. (2015) dikatakan bahwa tingkat penerimaan dan pembelian *green apparel* masih rendah karena konsumen masih kurang yakin dengan manfaat dan sistem *fair-trade*. Selain itu, tingkat kesadaran lingkungan para konsumen tentang *green apparel* juga masih rendah. Persepsi konsumen tentang *green apparel* dipengaruhi oleh evaluasi mereka terhadap atribut produk dan kemampuan menilai mereka. Atribut yang dimaksud tidak hanya atribut fisik pakaian namun termasuk manfaat yang dapat diberikan untuk menjaga lingkungan. Kesadaran yang terbatas akan atribut *green apparel* dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Menurut Ha-Brookshire dan Norum (2011) faktor seperti nama merek, kecocokan, gaya, warna, dan persyaratan cara mencuci adalah atribut penting untuk menilai *green apparel*. Lundblad dan Davies (2016) mengategorikan atribut *green apparel* berdasarkan harga, kualitas, penggunaan bahan alami, dan teknik produksi yang ramah lingkungan. Atribut ini dapat menyampaikan manfaat dan nilai fungsional, emosional, dan psikologis konsumen.

Pakaian dapat membantu untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan sebuah gaya hidup (Piamphongsant dan Mandhachitara, 2008). Sama dengan itu, manfaat dari *green apparel* juga dapat membantu konsumen untuk menunjukkan sikap pro-lingkungan, nilai-nilai altruistik, serta peningkatan status dan kebahagiaan (Reimers dkk., 2017). Haris dkk. (2016) berpendapat bahwa pembelian pakaian hijau (*green apparel*) didorong oleh beberapa faktor seperti kecocokan dengan gaya hidup individu, mengomunikasikan identitas diri, ketersediaan gaya baru, kualitas pakaian, kurangnya kesadaran mengenai *green apparel*, dan pilihan yang terbatas. Konsumen lebih memilih membeli produk ramah lingkungan dengan informasi yang akurat (Meilisa, 2020). Lee dkk. (2015) menemukan bahwa fitur produk pakaian, manfaat dari *green apparel*, dan pengalaman masa lalu mempengaruhi pembelian *green apparel*. Persepsi tingkat efektivitas konsumen dan pengekspresian identitas diri penting bagi konsumen saat

membeli *green apparel*. Selain itu, persepsi mengenai *green apparel* juga dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan kesadaran konsumen tentang lingkungan.

2.4 Pengetahuan Green Apparel

Akbar dkk. (2014) berpendapat bahwa kesadaran bisa diartikan mempunyai informasi tentang produk, dimana konsumen mempunyai pengetahuan mengenai efek suatu produk terhadap lingkungan. Pengetahuan lingkungan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan umum tentang konsep, fakta, dan ikatan yang terkait dengan lingkungan alam dan ekosistem utamanya (Fryxell dan Lo, 2003). Konsumen dapat dibilang memiliki kesadaran produk hijau (*Green awareness*) saat konsumen mengevaluasi suatu produk dan fiturnya lalu merasakan manfaat untuk lingkungan. Wiederhold dan Martinez (2018) menemukan bahwa kurangnya pengetahuan *sustainable apparel*, detail produk yang tidak memuaskan, gambaran pakaian yang buruk dan tidak adanya desain yang trendi mempengaruhi pandangan terhadap *sustainable clothing*. Dalam kasus niat pembelian *green product*, terbukti bahwa orang yang memiliki pendidikan lebih tinggi akan lebih peduli terhadap lingkungan (Akbar dkk., 2014). Penelitian juga menemukan bahwa pengetahuan tentang *green apparel*, kesadaran terhadap lingkungan, dan kemauan konsumen untuk membeli *green apparel* memiliki hubungan yang signifikan (Connell, 2010).

2.5 Pengertian Penelitian Kuantitatif

Dalam suatu penelitian diperlukan sebuah pendekatan untuk melaksanakannya. Pendekatan perlu dilakukan untuk memberikan pertimbangan dan keputusan dalam suatu penelitian. Dalam perkembangannya, pendekatan dalam penelitian dibagi menjadi dua macam yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan (Anshori dan Iswati, 2009). Sementara penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak terstruktur. Berikut adalah perbedaan penelitian kualitatif dan kuantitatif:

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Kualitatif dan Penelitian Kuantitatif

No	Pembeda	Penelitian Kualitatif	Penelitian Kuantitatif
1	Kejelasan unsur	Subyek sampel, sumber data tidak rinci, masih fleksibel, timbul dan berkembangnya sambil jalan	Tujuan, pendekatan, subyek, sampel, sumber data sudah rinci sejak awal
2	Langkah penelitian	Baru diketahui dengan mantap dan jelas setelah penelitian selesai	Segala sesuatu direncanakan sampai matang ketika persiapan disusun
3	Hipotesis	Tidak mengemukakan hipotesis sebelumnya, tetapi dapat lahir selama penelitian berlangsung. Hasil penelitian terbuka	Mengajukan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian. Hipotesis menentukan hasil yang diramalkan
4	Desain	Desain penelitian adalah fleksibel dengan langkah dan hasil yang tidak dapat dipastikan sebelumnya	Dalam desain sudah jelas langkah-langkah penelitian dan hasil yang diharapkan
5	Pengumpulan data	Pengumpulan data selalu harus dilakukan sendiri oleh peneliti	Pengumpulan data memungkinkan untuk diwakilkan
6	Analisis data	Dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data	Dilakukan sesudah semua data terkumpul

Sumber: Arikunto (2002)

2.6 Hipotesis

Pengertian tentang hipotesis harus dipahami oleh setiap peneliti. Dalam proses penelitian, para peneliti wajib menentukan perlu tidaknya menggunakan hipotesis (Anshori dan Iswati, 2009). Pengertian hipotesis sendiri adalah jawaban sementara

terhadap masalah penelitian. Menurut Cooper dan Emory (1995), hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai konsep yang dapat dievaluasi sebagai benar atau salah terhadap subjek yang diamati untuk dirumuskan dengan tujuan untuk diuji secara eksperimental. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah pernyataan sementara dengan beberapa variabel yang masih bersifat dugaan atau masih lemah kebenarannya.

Secara garis besar, berikut kegunaan hipotesis dalam suatu penelitian menurut Samsuri (2003):

- a. Memberikan batasan serta mengurangi jangkauan dan ruang lingkup kerja penelitian.
- b. Menginformasikan peneliti mengenai kondisi fakta dan hubungan antara fakta yang terkadang hilang begitu saja dari perhatian peneliti.
- c. Sebagai alat yang sederhana untuk memfokuskan pengumpulan fakta yang tersebar tanpa syarat menjadi dalam satu kesatuan.
- d. Sebagai pedoman untuk melakukan pengujian dan penyesuaian fakta dan antar fakta.

2.7 Populasi

Populasi adalah keseluruhan atau generalisasi dari wilayah yang terdiri atas individu atau objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi tidak hanya tertuju untuk makhluk hidup tetapi semua objek yang dapat diteliti berdasarkan karakteristik dan sifat yang dimiliki objek penelitian tersebut.

2.8 Sampel

Sampel adalah bagian dari suatu populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang homogen. Menurut Siyoto dan Sodik (2015), sampel adalah sebagian dari keseluruhan dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun

bagian kecil dari anggota populasi yang diambil berdasarkan cara atau teknik tertentu sehingga dapat mewakili populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel atau dapat disebut dengan sampling. Teknik sampling dibagi menjadi dua bagian, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Sugiyono, 2017). Adapun jenis-jenis teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratified random sampling*, dan *cluster random sampling*. Sementara jenis-jenis *non-probability sampling* yaitu, *purposive sampling*, *snowbal sampling*, *accidental sampling*, dan *quota sampling*.

Salah satu rumus untuk penentuan pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin*. Rumus *slovin* dapat dipakai untuk populasi yang sudah diketahui jumlahnya. Berikut adalah rumus *slovin* (Sevilla, 1993):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (2.1)$$

Keterangan:

- n : Ukuran sampel
- N : Ukuran populasi
- Ne : Nilai eror

2.9 Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam sebagian besar penelitian pada umumnya. Kuesioner memiliki bentuk dalam sejumlah pertanyaan maupun pernyataan secara tertulis yang berperan untuk mendapatkan data berupa informasi dari responden untuk penelitian. Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dapat bersifat tertutup atau terbuka dan dapat diberikan secara langsung maupun tidak langsung (*online*) kepada responden. Berikut ini adalah prosedur penyusunan kuesioner (Siyoto dan Sodik, 2015):

- Merumuskan tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan kuesioner.
- Mengidentifikasi variabel yang akan menjadi tujuan atau sasaran kuesioner.
- Menjelaskan setiap variabel ke dalam sub-variabel yang lebih spesifik.
- Menentukan jenis data yang akan dikumpulkan dan menetapkan teknik analisis.

2.10 Uji Validitas dan Reliabilitas

Permasalahan adalah awal dari munculnya suatu penelitian. Munculnya permasalahan menyebabkan dibuatnya tujuan dari suatu penelitian dan untuk menyelesaikan tujuan penelitian dibutuhkan data. Baik tidaknya suatu instrumen penelitian bergantung dari tingkat validitas dan reliabilitasnya (Yusup, 2018). Instrumen validitas mempermasalahkan sejauh apa ketepatan pengukuran dari suatu data. Sedangkan instrumen reliabilitas mempermasalahkan sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya dan diandalkan. Instrumen dapat dikatakan valid jika dapat mengungkap data dari variabel secara tidak melenceng dari keadaan yang sebenarnya. Sementara instrumen dapat dikatakan reliabel jika dapat mengungkapkan data yang dapat dipercaya (Arikunto, 2010). Menurut Sugiyono (2017), faktor-faktor yang mempengaruhi validitas dan reliabilitas suatu alat ukur (instrumen) selain instrumen adalah pengguna alat ukur yang melakukan pengukuran dan subjek yang diukur. Validitas instrumen dapat dibuktikan dengan beberapa cara, baik secara konten, secara konstruk, dan secara kriteria. Berikut penjelasan masing-masing cara pembuktian validitas:

1. Validitas konten

Validitas konten atau validitas isi fokus untuk memberikan bukti pada elemen-elemen yang ada pada alat ukur dan diproses dengan analisis rasional. Saat alat ukur diuraikan dengan detail maka penilaian akan semakin mudah dilakukan. Setelah para ahli selesai melakukan uji validitas konten, para ahli dapat merevisi instrumen sesuai saran dan masukan yang diberikannya.

2. Validitas konstruk

Validitas konstruk terfokus pada sejauh mana hasil pengukuran yang ditunjukkan alat ukur sesuai dengan definisinya. Definisi variabel diturunkan dari teori yang dikemukakan. Jika definisi telah sesuai dengan teori yang tepat dan pertanyaan atau pernyataan pada item soal maupun kuesioner telah sesuai, maka instrumen dapat dinyatakan valid secara validitas konstruk. *Confirmatory factor analysis* (CFA) merupakan salah satu metode pengujian validitas konstruk.

3. Validitas kriteria

Validitas kriteria fokus pada membandingkan instrumen yang telah dikembangkan dengan instrumen lain yang dijadikan kriteria pembanding untuk dilakukan penilaian. Terdapat dua jenis validitas kriteria, yaitu validitas kriteria prediktif dan validitas kriteria bersamaan. Perbedaan kedua instrumen tersebut terletak pada waktu pengujian instrumen dengan kriterianya. Pengujian instrumen dan kriteria validitas kriteria prediktif dilakukan pada waktu yang berbeda. Sedangkan pengujian instrumen dan kriteria validitas kriteria bersamaan dilakukan pada waktu yang bersamaan.

Sementara reliabilitas instrumen dapat diuji dengan beberapa jenis uji reliabilitas. Berikut adalah beberapa jenis uji reliabilitas:

1. *Test-retest*

Pengujian reliabilitas dengan metode ini dilakukan dengan cara mencobakan satu jenis instrumen beberapa kali pada subjek atau responden yang sama dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas instrumen diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dan selanjutnya. Semakin tinggi nilai korelasinya maka instrumen tersebut dapat dinyatakan semakin reliabel.

2. *Equivalent*

Pengujian reliabilitas dengan uji *equivalent* dilakukan dengan mencobakan instrumen yang berbeda namun masih sebanding untuk skala dan indikator variabelnya. Reliabilitas instrumen diukur dari nilai korelasi antara percobaan instrumen satu dengan yang lainnya.

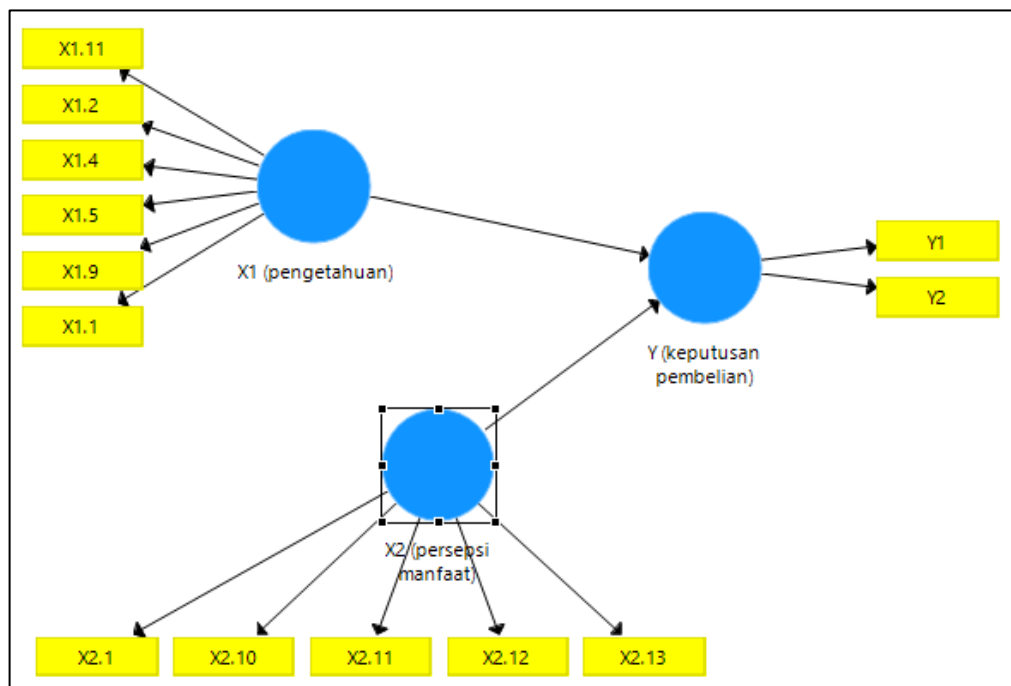
3. *Internal consistency*

Pengujian reliabilitas dengan uji *internal consistency* dilakukan dengan mencobakan instrumen sekali saja pada subjek penelitian. Pengujian ini dapat dilakukan dengan beberapa teknik, salah satunya teknik uji *cronbach's alpha*. Uji *cronbach's alpha* dilakukan untuk instrumen yang memiliki jawaban benar lebih dari satu. Instrumen tersebut dapat dalam bentuk esai, angket, atau kuesioner. Instrumen dikatakan reliabel ketika koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* lebih dari 0,70.

2.11 *Partial Least Square (PLS)*

Teknik *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM) kini menjadi salah satu teknik analisis populer yang digunakan dalam banyak jurnal internasional atau penelitian ilmiah. *Partial Least Squares* atau lebih dikenal PLS adalah jenis analisis SEM yang berbasis komponen dengan sifat konstruk formatif (Hussein, 2015). Menurut Ghozali (2006) *Partial Least Squares* (PLS) adalah salah satu metode atau teknik alternatif dari model persamaan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang berbasis komponen atau kovarian menjadi berbasis varian. *Structural Equation Modelling* (SEM) memiliki dua bentuk pendekatan yaitu SEM berbasis *covariance* (CB-SEM) dan SEM dengan pendekatan *variance* (VB-SEM) yang dilakukan menggunakan teknik *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM). Ghozali (2006) mengatakan bahwa PLS merupakan metode analisis yang sangat kuat. Hal ini disebabkan karena PLS tidak didasarkan pada banyak asumsi. Teknik pendekatan PLS lebih tepat digunakan untuk analisis yang masih bersifat prediktif dengan dasar teori yang masih lemah dan tidak perlu memenuhi asumsi SEM yang berbasis kovarian (CB-SEM). Berikut ini adalah kelebihan dari PLS-SEM :

- Pendekatan PLS dianggap *powerful* karena tidak mendasarkan pada berbagai asumsi.
- Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam analisis relatif kecil. Berbeda dengan CB-SEM yang membutuhkan kecukupan sampel yang lebih besar.
- Data dalam analisis PLS tidak harus memiliki distribusi normal karena PLS menggunakan metode bootstrapping atau penggandaan secara acak. Oleh karenanya asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah bagi PLS. Selain terkait dengan normalitas data, dengan dilakukannya bootstrapping maka PLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel.
- PLS mampu menguji model SEM formatif dan reflektif dengan skala pengukuran indikator berbeda dalam satu model. Apapun bentuk skalanya (rasio kategori, Likert, dan lain-lain) dapat diuji dalam satu model.



Gambar 2.1 Contoh Struktur Model SEM-PLS

2.12 Structural Equation Modelling (SEM)

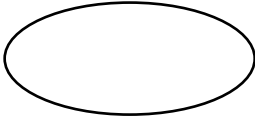

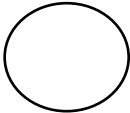


Structural Equation Modelling (SEM) adalah suatu metode analisis statistik dalam penelitian. SEM merupakan teknik statistik multivariat yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dengan analisis regresi (Ginting, 2009). Teknik analisis SEM dilakukan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel laten dan indikatornya (Dewi, 2020). Penelitian menggunakan metode SEM memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat regresif maupun dimensional suatu konsep.

Terdapat dua jenis variabel dalam SEM, yaitu *observed variables* dan *unobserved variables*. *Observed variables* atau juga disebut sebagai variabel manifes (indikator) merupakan variabel yang dapat diobservasi secara langsung. Sebaliknya *unobserved variables* atau juga disebut sebagai variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Variabel laten dibagi menjadi dua jenis, yaitu variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Variabel laten eksogen disebut juga variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang tidak dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sedangkan variabel laten endogen disebut juga variabel dependen atau variabel tergantung

merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel laten eksogen yang ada di dalam model penelitian (Dewi, 2020).

Dalam sebuah model SEM, variabel eksogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang menuju variabel tersebut. Sementara variabel dependen dapat saja menjadi variabel independen untuk variabel lainnya. Dalam bentuk grafis konstruk variabel endogen menjadi target yang dituju garis anak panah (\rightarrow), sedangkan konstruk variabel eksogen dihubungkan dengan garis dengan dua anak panah (\leftrightarrow) untuk menunjukkan adanya hubungan korelasi antara keduanya.

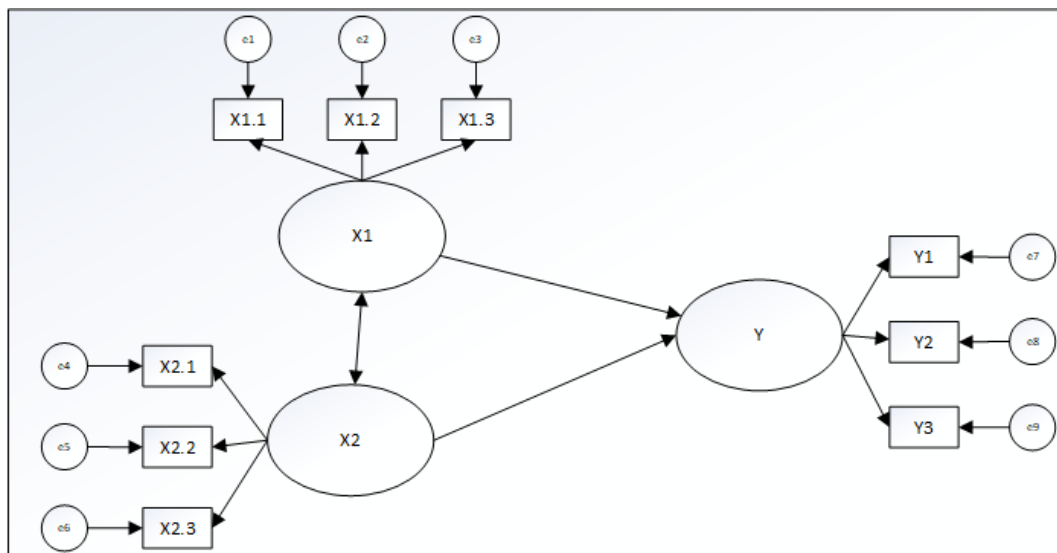
Tabel 2.2 Simbol Pemodelan SEM

Simbol	Keterangan
	Konstruk/variabel
	Indikator/ <i>Observed variable</i>
	Variabel eror
	Hubungan kausal
	Hubungan korelasi (saling berpengaruh)

Pada umumnya persamaan struktural sebuah model *Structural Equation Modelling* (SEM) terdiri dari dua bagian utama, yaitu model pengukuran (*Measurement Model*) dan model struktural (*Structural Model*). *Measurement model* adalah bagian yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan variabel manifes atau indikator, sedangkan *structural model* adalah bagian yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel laten atau antara variabel

eksogen dengan variabel endogen (Ginting, 2009). Dalam pengerjaan SEM terdapat tiga kegiatan yang dilakukan, yaitu menguji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan *confirmatory factor analysis (CFA)*, pengujian model hubungan antar variabel (*path analysis*), dan mendapatkan model struktural yang sesuai dengan hipotesis yang ingin dibuktikan.

Saat ini telah tersedia berbagai alat bantu atau software analisa statistika untuk mengolah data SEM. Adapun beberapa software statistika yang sering digunakan di dalam dunia pendidikan ataupun di dalam suatu penelitian seperti Minitab, SPSS (Statistical Package for the Social Software) , AMOS (*Analysis of Moment Structure*), Lisrel (*Linear Structural Relationship*), dan SmartPLS (*Partial Least Square*).



Gambar 2.2 Contoh Pemodelan SEM

Adapun prosedur pengerjaan uji statistik SEM yang dilakukan dalam penelitian pada umumnya adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar indikator variabel dalam bentuk kuesioner
2. Menguji validitas dan reliabilitas kuesioner
3. Menganalisis data menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Membuat desain rancangan model struktural untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten.

- b. Membuat desain rancangan model pengukuran untuk menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya.
- c. Membuat diagram jalur berdasarkan model struktural dan model pengukuran.
- d. Mengkonversikan diagram jalur menjadi sebuah sistem persamaan.
- e. Mengestimasi parameter.
- f. GoF Test.
- g. Melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji statistik T untuk mengetahui hubungan antara variabel laten eksogen dengan variabel laten endogen dan antar variabel laten endogen.

2.13 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam penyusunan, pembuatan, pembandingan serta memperkaya teori dalam penelitian ini:

- Penelitian pertama dilakukan oleh Dianti dan Paramita (2019) dengan judul “*Green Product* dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *green product* yang telah diproduksi oleh perusahaan terhadap keputusan untuk membeli *green product* pada konsumen muda di Indonesia dengan menggunakan *green product identification* sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green product* memiliki pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muda. Namun saat variabel *green product identification* dimasukkan menjadi variabel pemoderasi, pola hubungan tidak langsung antara *green product* memiliki efek yang positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muda.
- Penelitian kedua dilakukan oleh Aprianti dkk. (2021) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Sikap Hijau Terhadap Niat Membeli Produk Ramah Lingkungan: Studi Kasus Industri Pakaian Hijau di Indonesia”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui perilaku minat konsumen terhadap produk *fashion* berkelanjutan di Indonesia dan faktor-faktor yang

mempengaruhinya. Dari penelitian ini ditemukan bahwa nilai-nilai personal tidak dapat secara langsung mempengaruhi niat beli produk *fashion* berkelanjutan. Pengaruh nilai personal harus diperantarai terlebih dahulu oleh kepercayaan hijau atau sikap terhadap *green product* untuk lebih mempengaruhi niat beli *green product fashion* yang layak di Indonesia.

Dari kedua penelitian yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini terdapat persamaan dari tujuan penelitian yaitu menganalisis pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain persamaan terdapat juga perbedaan dari kedua penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu perbedaan lokasi penelitian, variabel penelitian, dan target responden yang dituju.