

ABSTRAK

Konsumen telah semakin sadar tentang isu sosial dan lingkungan yang disebabkan oleh industri fesyen. Kesadaran tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan produk fesyen berkelanjutan terutama semenjak dunia dilanda pandemi COVID-19. Tetapi penelitian mengenai perilaku konsumsi, khususnya minat beli pada produk fesyen berkelanjutan masih minim di negara berkembang, termasuk di Indonesia.

Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk fesyen berkelanjutan di pulau jawa, yang mana dihuni hingga 60% total populasi di Indonesia. Variabel ditentukan berlandaskan pada *Theory of Planned Behavior* dengan memodifikasi variabel norma subjektif menjadi modal sosial virtual dan menambahkan dua variabel lainnya, yaitu atribut fesyen konvensional, dan konsep diri berkelanjutan.

Penelitian menggunakan jumlah sampel sebanyak 119 responden dari generasi milenial dan Z yang berdomisili di Pulau Jawa. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data *random sampling* dengan memanfaatkan kuesioner *online* sebagai alat pengumpulan data. Metode analisis dilakukan menggunakan SEM melalui program AMOS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berkelanjutan, modal sosial virtual, persepsi kontrol perilaku, atribut fesyen konvensional, dan konsep diri berkelanjutan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian.

Kata Kunci: Fesyen berkelanjutan, Theory of Planned Behavior, Modal Sosial Virtual, Atribut Fesyen Konvensional, Minat Beli.