

PERSEPSI MAHASISWA S1 PENDIDIKAN TATA BUSANA UNIVERSITAS NEGERI MALANG TERHADAP PERKEMBANGAN BUSANA (*FAST FASHION* DAN *SUSTAINABLE FASHION*)

Tsania Cantika Fadillah¹⁾, Hapsari Kusumawardani²⁾, dan Sri Eko Puji Rahayu³⁾

¹⁾²⁾³⁾ Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang
Jl. Semarang 5, Malang

e-mail: niafadillah99@gmail.com ¹⁾, hapsari.kusumawardani.ft@um.ac.id ²⁾, sri.eko.ft@um.ac.id ³⁾

ABSTRAK— Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa mahasiswa program studi S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang angkatan 2017 dan 2018 terhadap perkembangan busana (*fast fashion* dan *sustainable fashion*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner atau angket dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang angkatan 2017 dan 2018. Data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan rumus yang sesuai dengan jenis pendekatan. Selanjutnya menggunakan skala interval data yang sudah ada diklasifikasikan sesuai dengan kelas interval. Berdasarkan hasil analisis: (1) Persepsi mahasiswa terhadap perkembangan busana diklasifikasikan baik, (2) Persepsi mahasiswa terhadap *fast fashion* diklasifikasikan sangat baik, dan (3) Persepsi mahasiswa terhadap perkembangan *sustainable fashion* diklasifikasikan baik. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa mengetahui perkembangan busana yang berubah secara cepat dan mengikuti tren busana yang sedang terjadi saat ini. Mahasiswa juga setuju bahwa konsep *fast fashion* merupakan konsep busana yang memberikan dampak negatif bagi sumber daya alam dan juga sumber daya manusia. Sebagai salah satu pegiat busana, mahasiswa sudah mulai menerapkan konsep *sustainable fashion* sebagai salah satu dukungan mengurangi jumlah limbah produksi busana.

Kata Kunci: Persepsi Mahasiswa, Perkembangan Busana, *Fast Fashion*, *Sustainable Fashion*

I. PENDAHULUAN

Busana tidak hanya sebagai pelengkap kebutuhan primer manusia sehari-hari tapi juga menjadi salah satu cara manusia mengekspresikan identitas diri masing-masing individual. Tren busana yang mengalami perubahan dari tahun ke tahun menuntut produsen busana memproduksi produk busana secara terus menerus. Namun masih banyak konsumen busana yang tidak memperhitungkan satu hal penting yang dihasilkan oleh industri fashion bersamaan dengan rilisnya produk-produk

busana terbaru yang akan dipasarkan ke khalayak umum. Hur dan Cassidy [1] mengatakan bahwa pola konsumsi busana ini banyak sekali diadopsi oleh negara-negara berkembang, khususnya Indonesia, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk membeli produk yang tidak berkelanjutan, atau *unsustainable fashion*. Bhardwaj dan Fairhurst (dalam McNeill & Moore[2]) berpendapat bahwa keinginan untuk mencapai kepuasan seketika dan produk yang terjangkau mendorong konsumen untuk memilih *Fast Fashion*.

Fast Fashion dapat memuaskan keinginan masyarakat yang ingin memiliki barang-barang mewah dengan harga yang murah (Joy dkk., [3]). Permintaan pasar akan produk *fashion* terbaru dalam waktu yang singkat menjadi suatu keuntungan tersendiri bagi para produsen *fashion*. Untuk menjaga harga suatu produk tetap murah, produsen *fashion* memangkas biaya produksi dengan mempekerjakan buruh yang berasal dari negara termiskin di dunia (Thomas, [4]). Thomas [5] mengungkapkan Industri *fashion* menghasilkan seperempat limbah kimia di dunia. Fakta tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak dan cepat suatu produk diproduksi, semakin banyak pula limbah tekstil yang dihasilkan.

Konsep *Sustainable Fashion* atau *fashion* berkelanjutan diangkat dengan maksud untuk mengurangi maraknya pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh limbah industri *fashion*. Konsep ini mengedepankan penggunaan bahan ramah lingkungan yang mana produk tersebut memiliki umur panjang sehingga dapat digunakan dalam waktu yang lama. Perancang busana membuat desain busana yang dapat digunakan tidak hanya pada satu musim atau pada satu kesempatan saja, melainkan desain yang dibuat dapat digunakan di berbagai kesempatan.

Peneliti luar negeri sudah banyak melakukan penelitian yang membahas topik mengenai perilaku konsumen terhadap konsep *fast fashion* dan *sustainable fashion*. Namun karena konsep tersebut masih baru sekali diperkenalkan di dunia

fashion, maka belum banyak penelitian yang berfokus pada *fast* dan *sustainable fashion* di Indonesia.

Mempertimbangkan celah penelitian ini, juga dengan terbatasnya wacana tentang *fast* dan *sustainable fashion*, maka peneliti ingin mengobservasi pemahaman konsumen tentang apa itu *fast* dan *sustainable fashion* dan pengaruh dari kedua hal tersebut pada shopping lifestyle mereka. Konsumen yang ditekankan di penelitian ini adalah para mahasiswa Tata Busana, yang memiliki peran penting dalam menyebarluaskan pengetahuan mengenai limbah yang ditimbulkan oleh industri busana dan bagaimana cara terbaik dalam mengatasi penumpukan limbah yang ada. Maka dari itu, sebagai penelitian pionir, penelitian ini akan melibatkan mahasiswa tata busana di Universitas Negeri Malang dan kontribusi mereka terhadap *fast* dan *sustainable fashion* di Indonesia untuk mengetahui seberapa banyak pemahaman mereka terhadap *fast fashion* dan dampak yang ditimbulkan, serta konsep *sustainable fashion* yang menjadi salah satu cara mengurangi dampak negatif tersebut.

Sarwono (dalam Listiyana & Hartono, [6]) berpendapat bahwa secara umum persepsi merupakan kegiatan seseorang menerima dan mengolah informasi sebagai bentuk pemahaman akan sesuatu menggunakan pancaindra. Persepsi terjadi ketika seseorang mendapatkan stimulus dari lingkungan sekitar yang ditanggapi oleh organ-organ bantunya yang selanjutnya diteruskan ke dalam otak (Listiyana & Hartono, [7]). Stimulus dari lingkungan yang didapat menumbuhkan kemampuan seseorang untuk membedakan dan mengelompokkan sesuatu hal atau objek (Alizamar & Couto, [8]). Dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah kesan atau tanggapan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek setelah melalui proses stimulus yang dilakukan oleh pancaindra dengan bantuan organ-organ pembantunya.

Sebagai seorang individu, tentunya seorang mahasiswa, khususnya yang berkuliah di jurusan Tata Busana, memiliki pengetahuan dasar mengenai busana yang menumbuhkan persepsi atau sudut pandang mahasiswa terhadap perkembangan busana dan aksesorisnya. mahasiswa Tata Busana dilatih untuk mengembangkan kemampuannya tidak hanya dalam bidang membuat busana, namun juga bagaimana mereka bisa memberikan kontribusi yang layak terhadap penghematan energi dan pengurangan limbah.

Tren busana dapat berubah secara cepat seperti kilat, busana yang sedang tren pada saat ini dapat berubah kembali kemasa trend sebelumnya dan trend yang sedang berlangsung akan dapat segera ditinggalkan (Joy dkk., [9]). Hal ini menyebabkan masyarakat selaku konsumen busana terus menerus mengharapakan perubahan dan produk-produk baru

yang dihasilkan dalam waktu singkat (Bruce & Daly, [10]). Fenomena tersebut menumbuhkan sifat hedonisme sehingga konsumen menjadi konsumtif yang pastinya memberikan dampak positif bagi pengusaha industri *fashion* (Leman dkk., [11]). Dengan demikian muncul adanya konsep *fashion* yang mengedepankan kecepatan produksi secara masal dalam waktu singkat, yaitu *fast fashion*.

Dibalik keefektifan *fast fashion* dan produksi masal yang dilakukan oleh para produsen memberikan banyak dampak negatif bagi lingkungan maupun tenaga kerja (Shinta, [12]). Studi yang dilakukan oleh Shinta, [13] dan Leman dkk., [14] membuktikan bahwa banyak sekali kerugian yang dihasilkan oleh limbah industri busana, apalagi industri yang memiliki siklus relatif singkat dibanding limbah produksi komoditi lainnya. Untuk mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh produksi massal *fast fashion*, maka para peneliti dan penggiat busana menggerakkan konsep *sustainable fashion* sebagai gerakan alternatif yang mengurangi produksi *fast fashion* dan dampak yang ditimbulkan. *Sustainable fashion* yang mengusung tema ramah lingkungan dan memperhatikan kesejahteraan para tenaga kerja mode menjadi salah satu solusi untuk menjawab permasalahan yang ditimbulkan oleh *fast fashion*.

Fast fashion adalah suatu konsep busana yang memiliki karakteristik jangka waktu produksi yang cepat dengan biaya produksi rendah seiring dengan trend *fashion* yang mengalami perubahan secara terus menerus (Hall, [15]). Perilaku konsumen yang melakukan kegiatan belanja secara berlebihan menuntut produsen busana dapat menyediakan produk terbaru setiap minggunya.

Merek busana seperti *Zara*, *Uniqlo*, *H&M* dan masih banyak lagi dikenal menggunakan konsep *fast fashion* dalam sistem produksi dan pemasaran produk. Guna menghasilkan produk baru dengan cepat dan biaya produksi murah, produsen busana merek internasional memanfaatkan pabrik yang ada di negara berkembang untuk mengerjakan produk mereka, dengan alasan negara berkembang menyediakan tenaga kerja dengan jumlah besar dan upah yang relatif lebih murah (Shinta, [16]).

Sustainable fashion haruslah memperhatikan tiga poin penting: sikap, keyakinan, perencanaan dan perilaku para desainer, pengusaha, dan konsumen terhadap pentingnya isu *sustainable fashion* (Woodside & Fine, [17]). Sebagai salah satu cara mengurangi limbah tekstil yang terus meningkat, perusahaan-perusahaan *fashion* mengembangkan cara baru yang efektif (Peters dkk., [18]). Gwilt [19] mencontohkan perusahaan seperti *H&M*, *Fibersort*, dan *Worn Again Technologies* yang menggunakan teknologi mutakhir yang memungkinkan serat yang mereka pakai untuk bisa terus

menerus didaur ulang. *Biofiber* kemudian diproduksi oleh banyak perusahaan tekstil yang memanfaatkan limbah makanan seperti daun nanas, sisa panen, dan sisa jeruk sebagai alternatif serat sintetis (Gwilt, [20]).

Selain itu, teknik *recycling* atau daur ulang adalah teknik paling terkenal dan sering digunakan untuk menggunakan kembali garmen dan pakaian yang sudah habis masa pakainya Metode seperti *eco-tech* (Scaturro, [21]), sistem *closed-loop* dan *mono-material* (Gwilt, [22]) juga merupakan beberapa pilihan strategi sustainable yang diaplikasikan oleh para pengusaha *fashion* dan desainer saat ini.

Selain itu, peran konsumen atau masyarakat umum dalam proses jual-beli garmen menjadi signifikan ketika isu *sustainable fashion* mulai merebak ke berbagai lapisan masyarakat. Untuk menyebarkan kesadaran akan pentingnya memperhatikan perilaku belanja konsumen dan dampaknya pada lingkungan dan kesejahteraan tenaga kerja, penelitian tentang persepsi dan sikap konsumen terhadap gerakan *sustainable fashion* sudah banyak dilakukan dengan mengobservasi pengetahuan konsumen tentang perilaku berbelanja garmen mereka masing-masing (Moon dkk., [23]; dan Saricam & Okur, [24]).

II. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner menggunakan skala Likert 4 kategori jawaban meliputi: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang angkatan 2017 dan 2018 sejumlah 115 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling dimana seluruh anggota populasi mendapat kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa angkatan 2017 dan 2018 offering A dengan jumlah 58 mahasiswa.

Variabel dalam penelitian ini adalah “Persepsi Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang angkatan 2017 dan 2018 terhadap perkembangan busana (*fast fashion* dan *sustainable fashion*)”. Terdapat 3 indikator yang digunakan dalam menentukan isi kuisisioner yaitu: Perkembangan busana, Perkembangan *fast fashion*, dan Perkembangan *sustainable fashion*.

Tabel 1. Tabel Kisi-kisi Instrumen Kuisisioner

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Nomor Instrumen
Persepsi Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang terhadap perkembangan busana (<i>fast fashion</i> dan <i>sustainable fashion</i>)	Perkembangan busana	- Perubahan tren busana yang cepat	1,2,3,4
		- Motivasi belanja konsumen	5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17
		- Dampak belanja konsumen terhadap produsen busana	18,19
	<i>Fast Fashion</i>	- Konsep <i>fast fashion</i>	20,21,22
		- Pelaku <i>fast fashion</i>	23,24,25,26
		- Dampak konsumsi busana <i>fast fashion</i>	27,28,29
	<i>Sustainable Fashion</i>	- Konsep <i>sustainable fashion</i>	30,31,32
		- Teknik dan strategi dalam <i>sustainable fashion</i>	33,34,35,36,37,38
		Upaya konsumen menuju gerakan <i>sustainable fashion</i>	39,40,41,42,43,44

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Indikator perkembangan busana secara umum dipersepsikan baik oleh responden dengan capaian persentase sebesar 81%. Terdapat 3 sub indikator yaitu:

(1) Perubahan tren busana yang cepat, keseluruhan jawaban responden terdapat pada kelas interval baik dan sangat baik. Faktor internal mahasiswa yaitu sifat struktural dan temporer juga berperan penting dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap perkembangan busana yang terus berkembang dari tahun ke tahun (Walgito, [25]).

(2) Motivasi belanja konsumen, keseluruhan jawaban responden terdapat pada kelas interval baik dan sangat baik. Dengan dipengaruhi faktor internal maupun eksternal, persepsi mahasiswa terhadap kemunculan tren busana tertentu dan

harga yang dipatok oleh produsen terbentuk menggambarkan kecenderungan mahasiswa untuk mengobservasi brand, model dan harga sebelum memutuskan untuk membeli busana yang diinginkan. Hal ini berbanding lurus dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marchall dkk. [26] menunjukkan brand atau merek suatu busana berpengaruh terhadap motivasi belanja konsumen.

(3) Dampak belanja konsumen terhadap produksi busana, keseluruhan jawaban menunjukkan bahwa responden sadar akan produksi busana yang berlebihan yang disebabkan oleh konsumsi busana mereka yang berdampak pada pembuangan energi dan menghasilkan limbah busana. Hal ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bruce & Daly, [27]), serta (Shinta, [28]) dan (Leman dkk., [29]) di mana kecenderungan konsumen untuk mengharapkan perubahan produk-produk baru busana berujung pada energi yang terbuang.

Indikator persepsi terhadap *fast fashion* secara umum dipersepsikan baik oleh responden dengan capaian persentase sebesar 56%. Terdapat 3 sub indikator yaitu:

(1) Konsep *fast fashion*, keseluruhan jawaban responden berada pada kelas interval sangat baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memahami istilah *fast fashion* serta mendiskusikan dengan sesama mahasiswa.

(2) Pelaku *fast fashion*, keseluruhan jawaban responden berada pada kelas interval sangat baik dan baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden tertarik menggunakan produk dari merek internasional seperti *Zara*, *Uniqlo*, *H&M* dan juga responden mengetahui bahwa merek tersebut menggunakan konsep *fast fashion* sebagai sistem produksi busana.

(3) Dampak konsumsi busana *fast fashion*, Keseluruhan jawaban responden berada pada kelas interval sangat baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden mengetahui produsen busana yang menggunakan konsep *fast fashion* tidak hanya mengeksploitasi sumber daya alam tapi juga sumber daya manusia atau buruh yang dibayar dengan upah sedikit atau murah. Hal ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Shinta [30] bahwa produsen busana yang mengusung konsep *fast fashion* memanfaatkan pabrik busana yang ada di negara berkembang dan juga mempekerjakan buruh di negara tersebut karena upah yang cenderung sedikit atau murah.

Indikator persepsi terhadap *sustainable fashion* secara umum dipersepsikan baik oleh responden dengan capaian persentase sebesar 52%. Terdapat 3 sub indikator yaitu:

(1) Konsep *sustainable fashion*, keseluruhan jawaban responden berada pada kelas interval sangat baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memahami istilah *sustainable fashion* serta mendiskusikan dengan sesama mahasiswa.

(2) Teknik dan strategi dalam *sustainable fashion*, keseluruhan jawaban responden berada pada kelas interval sangat baik dan baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memahami cara kerja *sustainable fashion* sebagai salah satu langkah mengurangi limbah hasil produksi *fast fashion* karena mahasiswa sudah dibekali pengetahuan teknik *sustainable* dalam perkuliahan. Salah satu teknik *sustainable fashion* yang sudah diterapkan mahasiswa yaitu proses *upcycling* dimana pada salah satu mata kuliah yaitu Modiste Busana, mahasiswa diharuskan menerima pesanan busana konsumen menggunakan sistem *upcycling*.

(3) Upaya konsumen menuju grakan *sustainable fashion*, keseluruhan jawaban responden berada pada kelas interval sangat baik dan baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki usaha untuk mengurangi limbah produksi busana *fast fashion* dengan membuat produk busananya sendiri. Dengan membuat produk busana sendiri, responden tahu seberapa banyak limbah yang harus diminimalisir sehingga tidak banyak limbah yang dihasilkan.

IV. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang angkatan 2017 dan 2018 secara umum dikategorikan baik. Indikator perkembangan busana dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini menunjukkan mahasiswa mengikuti tren busana, memiliki motivasi belanja, serta memahami dampak yang dihasilkan dari hasil produksi busana yang berlebihan. Indikator perkembangan *fast fashion* dipersepsikan sangat baik oleh responden. Hal ini menunjukkan mahasiswa mengetahui pelaku *fast fashion* di industri busana, serta memahami konsep *fast fashion* yang merugikan lingkungan jika dilakukan secara berlebihan. Indikator perkembangan *sustainable fashion* dipersepsikan baik oleh responden. Hal ini menunjukkan mahasiswa memahami bahwa konsep *sustainable fashion* merupakan salah satu cara atau langkah mengurangi dampak yang ditimbulkan oleh produksi busana yang berlebihan,

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut saran yang dapat peneliti sampaikan dengan tujuan dapat dimanfaatkan oleh

Mahasiswa Tata Busana. Setelah mengetahui adanya konsep *fast fashion* yang banyak memberikan kerugian tidak hanya bagi sumber daya alam namun juga sumber daya manusia, kedepannya diharapkan mahasiswa tata busana lebih peduli akan isu-isu kerugian yang dihasilkan dari hasil produksi busana yang berlebihan. Beberapa mata kuliah yang diajarkan di Universitas mengenai langkah-langkah mengurangi limbah tekstil hendaknya dimanfaatkan sebaik mungkin dengan harapan kedepannya mahasiswa dapat mengubah sedikit-demi sedikit pola konsumsi busana. Tidak hanya mengubah pola konsumsi busana menjadi lebih sustainable, mahasiswa diharapkan juga dapat membuat produk dengan inovasi terbaru yang ramah lingkungan dan tidak lupa lebih memperhatikan kesejahteraan buruh kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hur, E., & Cassidy, T. (2019). Perceptions and attitudes towards sustainable fashion design: challenges and opportunities for implementing sustainability in fashion. [Online]. hal. 208-217. Tersedia: <https://doi.org/10.1080/17543266.2019.1572789>.
- [2][26] Marchall, M., Mananeke, L., & Roring, F. (2015). Pengaruh Brand Equity, Store Atmosphere Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Fashionable Pada 3 Second Manado Town Square. [Online]. hal. 1002-1012. Tersedia: <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.7805>.
- [3][9] Joy, A., Sherry, J. F., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). Fast fashion, sustainability, and the ethical appeal of luxury brands. *Fashion Theory*. [Online]. hal. 273-295. Tersedia: <https://doi.org/10.2752/175174112X13340749707123>
- [4][5] Thomas, D., dalam *Fashionpolis The Price of Fast Fashion and The Future of Clothes*, Penguin Press, 2019.
- [6][7] Listiyana, & Hartono. (2015). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013). [Online]. hal. 118-138.
- [8] Alizamar, & Couto, dalam *Psikologi Persepsi & Desain Informasi*, In Media Akademi, 2016.
- [10][27] Bruce, M., & Daly, L. (2006). Buyer behaviour for fast fashion. [Online]. hal. 329-334.
- [11][14][29] Leman, F. M., Soelityowat, & Purnomo, J. (2020). Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan. [Online]. hal 128-136. Tersedia: <http://www.fastfashion-dieausstellung.de/de/>
- [12][13][16][28][30] Shinta, F. (2018). Kajian Fast Fashion dalam Percepatan Budaya Konsumerisme. [Online]. hal. 61-67. Tersedia: <https://doi.org/10.25124/rupa.v3i1.1329>
- [15] Hall, J. (2017). Digital Kimono: Fast Fashion, Slow Fashion, *Fashion Theory*. [Online]. hal.283-307. Tersedia: <https://doi.org/10.1080/1362704X.2017.1319175>
- [17] Woodside, A. G., & Fine, M. B. (2019). Sustainable fashion themes in luxury brand storytelling: The sustainability fashion research grid. [Online]. hal. 111-128. Tersedia: <https://doi.org/10.1080/20932685.2019.1573699>
- [18] Peters, G., Granberg, H., & Sweet, S., "The role of science and technology in sustainable fashion. In K. Fletcher & M. Tham," dalam *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion*, edisi pertama, Routledge, 2014.
- [19][20][22] Gwilt, A., dalam *A Practical Guide to Sustainable Fashion (Basic Fashion Design)*, edisi kedua, Bloombury Visual Art, 2020.
- [21] Scaturro, S. (2008). Eco-tech fashion: Rationalizing technology in sustainable fashion. *Fashion Theory*. [Online]. hal. 469-488. Tersedia: <https://doi.org/10.2752/175174108X346940>
- [23] Moon, K. K. L., Lai, C. S. Y., Lam, E. Y. N., & Chang, J. M. T. (2015). Popularization of sustainable fashion: barriers and solutions. [Online]. hal. 939-952. Tersedia: <https://doi.org/10.1080/00405000.2014.955293>
- [24] Saricam, C., & Okur, N., "Analysing the Consumer Behavior Regarding Sustainable Fashion Using Theory of Planned Behavior," dalam *Consumer Behaviour and Sustainable Fashion Consumption*, edisi pertama, pringer Nature Singapore, 2019.
- [25] Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum* (4th ed.) [Online]. Tersedia: https://difarepositories.uin-suka.ac.id/19/2/Pengantar_Psikologi_Umum.htm.