

## ABSTRAK

Merujuk pada Hirarki Kebutuhan Maslow, salah satu kebutuhan fisiologi adalah pakaian yang merupakan kebutuhan dasar dalam kehidupan sehari-hari selain makanan dan tempat tinggal. Seiring berjalannya perkembangan zaman tidak hanya ilmu pengetahuan dan teknologi saja yang mengalami kemajuan pesat, industri fesyen juga mengalami perkembangan yang luar biasa. Setiap pergantian musim dan berjalannya waktu industri fesyen terus melakukan perputaran tren dengan berbagai desain, material, gaya, warna hingga teknik pembuatan untuk memikat minat (*interest*) masyarakat dalam mendorong peningkatan minat beli (*purchase intention*) konsumen. Terdapat 2 pengelompokan pada industri fesyen saat ini yaitu; *fast-fashion* dan *slow-fashion* yang dimana *sustainable* fesyen merupakan bagian darinya. *Sustainable* fesyen merupakan produk fesyen yang ramah lingkungan baik dari proses pembuatan hingga proses daur ulang. Dari perkembangan berbagai bidang tersebut membentuk pergeseran perubahan gaya hidup masyarakat baik kegiatan (*activities*), minat (*interest*), dan opini (*opinions*). Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda dengan memanfaatkan aplikasi IBM SPSS 26 dan Microsoft Excel sebagai alat bantu. Metode yang digunakan akan berdasarkan dengan hasil kelulusan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis. Terdapat pengaruh gaya hidup dalam klasifikasi dimensi aktivitas (*activities*) sebesar 1,7%, minat (*interest*) sebesar 12,2%, dan opini (*opinions*) sebesar 20,8% konsumen terhadap minat beli (*purchase intention*) konsumen pada produk fesyen *sustainable* secara *online*.  $R^2$  dari ketiga variabel sebesar 69,3%. Aktivitas (*activities*) tidak berpengaruh secara signifikan pada minat beli (*purchase intention*). Hal ini dikarenakan kegiatan tidak bervariasi dan pada penelitian ini terdapat kecenderungan responden dan informan memiliki kegiatan serupa yaitu; bekerja, pendidikan, dan hobi. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat berfokus pada produk *sustainable* lainnya.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Produk Fesyen *Sustainable*, *E-commerce*, Minat Beli.

## ABSTRACT

*Referring to Maslow's Hierarchy of Needs, one of the physiological needs is clothing which is a basic and primary need in human daily life besides food and shelter. Along with the times, not only science and technology have progressed rapidly, the fashion industry has also experienced extraordinary developments. Every change of season and the passage of time, the fashion industry continues to rotate trends with various designs, materials, styles, colors and manufacturing techniques to attract people's interest in encouraging increased purchase intention (purchase intention) of consumers. There are 2 groupings in the current fashion industry, namely; fast-fashion and slow-fashion which sustainable fashion is a part of. Sustainable fashion is an environmentally friendly fashion product from the manufacturing process to the recycling process. From the development of these various fields, they have formed a shift in people's lifestyle changes, both activities, interests, and opinions. This research uses multiple linear regression method using IBM SPSS 26 and Microsoft Excel as tools. The method used will be based on the results of passing the classical assumption test, multiple linear regression, and hypothesis testing. There is an influence of lifestyle in the classification of the dimensions of activities of 1,7%, interest of 12,2%, and opinions of 20,8% consumers on consumer purchase intention on sustainable fashion products online.  $R^2$  of the three variables is 69.3%. Activities have no significant effect on purchase intention. This is because the activities do not vary where in this study the tendency of respondents and informants to have similar activities, among others; work, education, and hobbies. It is hoped that further research can focus on other sustainable products.*

***Keywords: Lifestyle, Sustainable Fashion Products, E-commerce, Buying Interest.***