

**PENGARUH KESADARAN SOSIAL REMAJA  
TERHADAP POLA KONSUMSI PAKAIAN *FAST FASHION*  
(studi pada remaja di Kota Bandung)**

**SKRIPSI**

*Disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi  
Pendidikan Sosiologi*



Oleh:  
Monica Priscillia  
2005581

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2024**



**PENGARUH KESADARAN SOSIAL REMAJA  
TERHADAP POLA KONSUMSI PAKAIAN *FAST FASHION*  
(studi pada remaja di Kota Bandung)**

Oleh  
Monica Priscillia

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi

© Monica Priscillia  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2024

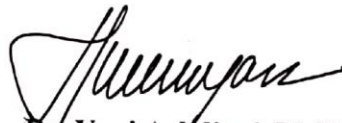
Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari peneliti.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KESADARAN SOSIAL REMAJA  
TERHADAP POLA KONSUMSI PAKAIAN *FAST FASHION*  
(studi pada remaja di Kota Bandung)**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

**Pembimbing I**



**Dr. Yani Achdiani, M.Si**

**NIP. 196111201986032001**

**Pembimbing II**



**Mirna Nur Alia A, S.Sos., M.Si**

**NIP. 198303122010122008**

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi**



**Dr. Wilodati, M.Si**

**NIP. 196801141992032002**

**PENGARUH KESADARAN SOSIAL REMAJA  
TERHADAP POLA KONSUMSI PAKAIAN *FAST FASHION*  
(studi pada remaja di Kota Bandung)**

**Monica Priscillia  
NIM. 2005581**

**ABSTRAK**

Tren *fast fashion* yang ditandai dengan produksi pakaian secara massal, telah meningkatkan pola konsumsi pakaian secara signifikan. Model pakaian yang bervariasi serta harga yang terjangkau, membuat tren ini digandrungi oleh segala kalangan usia, terutama remaja. Namun, perkembangan ini tidak diimbangi dengan adanya kesadaran konsumen terhadap dampak negatif yang ditimbulkan, salah satunya dari kebiasaan mengonsumsi pakaian secara berlebihan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran sosial terhadap pola konsumsi pakaian *fast fashion* pada remaja perempuan tahap akhir berusia 18 sampai 21 tahun di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kesadaran sosial remaja terhadap dampak negatif tren *fast fashion* memperoleh hasil yang termasuk dalam kategori tinggi, hal ini menunjukkan bahwa para remaja menyadari dampak tren *fast fashion* dan setuju bahwa kesadaran dari diri sendiri mampu membawa perubahan pada dampak yang ditimbulkan, (2) preferensi pola konsumsi remaja terkait pakaian *fast fashion* memperoleh hasil yang termasuk dalam kategori tinggi, hal ini menunjukkan bahwa remaja memilih berdasarkan pilihan yang dianggap rasional oleh diri masing-masing, (3) kesadaran sosial remaja di Kota Bandung berpengaruh secara positif, tetapi tidak signifikan terhadap pola konsumsi pakaian *fast fashion*, hal ini menunjukkan bahwa kesadaran sosial tren *fast fashion* yang dimiliki oleh remaja di Kota Bandung tidak terlalu mempengaruhi pola konsumsi pakaian *fast fashion* yang mereka lakukan, mereka lebih memilih untuk sekedar menyesuaikan kebutuhan konsumsi produk *fast fashion* dibandingkan dengan berhenti atau beralih pada produk yang lebih ramah lingkungan.

**Kata Kunci:** *fast fashion*, kesadaran sosial, pola konsumsi, remaja

***The Influence of Adolescents' Social Awareness on Fast Fashion Clothing Consumption Patterns (a study on adolescents in Bandung City)***

**Monica Priscillia  
NIM. 2005581**

**ABSTRACT**

*The fast fashion trend, characterized by mass production of clothing, has significantly influenced consumption patterns. With a variety of clothing models and affordable prices, this trend has gained popularity across all age groups, especially among teenagers. However, this development has not been accompanied by consumer awareness of the negative impacts, such as excessive clothing consumption habits. The aim of this study is to investigate the influence of social awareness on fast fashion clothing consumption patterns among late adolescent females aged 18 to 21 years in Bandung City. This research utilizes a quantitative approach with a questionnaire method. The findings indicate that: (1) Teenagers' social awareness of the negative impacts of fast fashion trends yielded results categorized as high, demonstrating their awareness of these trends and their agreement that self-awareness can bring about changes in the resulting impacts, (2) Preferences for fast fashion clothing consumption patterns among teenagers yielded results categorized as high, indicating that teenagers make choices based on what they consider rational, (3) Social awareness among teenagers in Bandung City positively influences but not significantly the patterns of fast fashion clothing consumption. This suggests that while teenagers in Bandung City are socially aware of fast fashion trends, it does not significantly affect their consumption patterns. They tend to adjust their consumption needs for fast fashion products rather than switching to more environmentally friendly alternatives.*

***Keywords: consumption patterns, fast fashion, social awareness, teenagers***

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR HAK CIPTA.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2    Rumusan Masalah Penelitian.....	4
1.3    Tujuan Penelitian .....	4
1.4    Manfaat Penelitian .....	5
1.5    Struktur Organisasi Skripsi.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1    Konsep <i>Fast Fashion</i> .....	7
2.2    Konsep Kesadaran Sosial .....	8
2.3    Konsep Pola Konsumsi.....	9
2.4    Konsep Remaja.....	11
2.5    Teori Pilihan Rasional .....	13
2.6    Teori Kesadaran Sosial .....	15
2.7    Penelitian Terdahulu .....	16
2.8    Kerangka Penelitian.....	19
2.9    Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1    Desain Penelitian .....	20
3.2    Responden dan Lokasi Penelitian .....	20

3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	23
3.5	Instrumen Penelitian .....	24
3.6	Proses Pengembangan Instrumen .....	26
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.8	Teknik Analisis Data .....	30
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>31</b>
4.1	Temuan Penelitian .....	31
4.2	Analisis Data Statistik.....	59
4.3	Pembahasan .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>		<b>74</b>
5.1	Simpulan Umum.....	74
5.2	Implikasi .....	74
5.3	Rekomendasi.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Populasi Penelitian.....	22
Tabel 3.2 Sampel Penelitian.....	23
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	24
Tabel 3.4 Rincian Penilaian Alat Ukur .....	25
Tabel 3.5 Rentang Skala Variabel.....	26
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel X (Kesadaran sosial) .....	27
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pola Konsumsi Pakaian) .....	28
Tabel 3.8 Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i> .....	28
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i> .....	29
Tabel 4.1 Pengkategorian Skor Variabel X (Kesadaran sosial).....	45
Tabel 4.2 Pengkategorian Skor Variabel Y (Pola Konsumsi Pakaian).....	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Linearitas .....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Korelasi .....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Diagram 4.1	Persentase Domisili Responden .....	32
Diagram 4.2	Persentase Usia Responden.....	32
Diagram 4.3	Persentase Pendidikan Terakhir Responden .....	33
Diagram 4.4	Persentase Pekerjaan Responden .....	34
Diagram 4.5	Persentase Pembelian Pakaian dalam Kurun Waktu 6 Bulan Terakhir .....	34
Diagram 4.6	Persentase Merek <i>Fast Fashion</i> Pilihan Responden .....	35
Diagram 4.7	Pengetahuan responden mengenai tren <i>fast fashion</i> .....	36
Diagram 4.8	Pengetahuan responden mengenai dampak negatif tren <i>fast fashion</i> .....	36
Diagram 4.9	Pernyataan responden mengenai dampak negatif tren <i>fast fashion</i> .....	37
Diagram 4.10	Perasaan responden terhadap kondisi pekerja dan lingkungan dari tren <i>fast fashion</i> .....	37
Diagram 4.11	Perasaan responden ketika hendak membeli pakaian <i>fast fashion</i> .....	38
Diagram 4.12	Kesadaran responden mengenai kondisi lingkungan.....	39
Diagram 4.13	Pernyataan responden terkait solusi ketika membeli pakaian... 40	
Diagram 4.14	Pernyataan responden mengenai faktor kesadaran dapat menentukan pembelian .....	40
Diagram 4.15	Pernyataan responden mengenai pentingnya peran konsumen dalam meminimalisir dampak negatif dari tren <i>fast fashion</i> .....	41
Diagram 4.16	Pernyataan responden untuk meminimalisir dampak yang ditimbulkan, salah satunya dengan mulai menggunakan pakaian dari bahan.....	42
Diagram 4.17	Pernyataan responden untuk meminimalisir dampak yang di- timbulkan dengan mempertimbangkan etika produksi pakaian...42	
Diagram 4.18	Pernyataan responden untuk meminimalisir dampak yang di- ditimbulkan dengan tidak menggunakan atau mengurangi <i>fast fashion</i> .....	43

Diagram 4.19	Niat responden untuk beralih pada produk yang lebih ramah lingkungan.....	44
Diagram 4.20	Pernyataan responden mengenai solusi dengan menyesuaikan produk <i>fast fashion</i> sesuai kebutuhan .....	44
Diagram 4.21	Pernyataan responden mengenai pakaian membuat tampil menarik.....	48
Diagram 4.22	Pernyataan responden mengenai <i>fast fashion</i> memiliki model pakaian yang diinginkan .....	49
Diagram 4.23	Pernyataan responden mengenai pakaian membuat percaya diri..	49
Diagram 4.24	Pernyataan responden mengenai biaya yang dikeluarkan untuk pakaian <i>fast fashion</i> .....	50
Diagram 4.25	Pernyataan responden mengenai biaya yang dikeluarkan untuk pakaian <i>fast fashion</i> .....	51
Diagram 4.26	Pernyataan responden mengenai pakaian <i>fast fashion</i> sangat bervariasi .....	51
Diagram 4.27	Pernyataan responden mengenai pembelian secara tidak terencana .....	52
Diagram 4.28	Pernyataan responden mengenai kemudahan dalam pembelian pakaian <i>fast fashion</i> .....	52
Diagram 4.29	Pernyataan responden mengenai faktor harga pakaian <i>fast fashion</i> .....	53
Diagram 4.30	Pernyataan responden mengenai pakaian <i>fast fashion</i> yang <i>stylish</i> .....	54
Diagram 4.31	Pernyataan responden mengenai kenyamanan pakaian <i>fast fashion</i> .....	55
Diagram 4.32	Pernyataan responden mengenai kepuasan diri sendiri.....	55
Diagram 4.33	Pernyataan responden mengenai tren <i>fast fashion</i> yang diketahui dari lingkungan pertemanan.....	56
Diagram 4.34	Pernyataan responden mengenai tren <i>fast fashion</i> yang diketahui dari <i>campaign</i> atau komunitas tertentu .....	57
Diagram 4.35	Persentase pengaruh variabel X terhadap Y.....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	85
Lampiran 2. Instrumen Penelitian .....	88
Lampiran 3. Data Kuesioner Responden .....	92
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian .....	105
Lampiran 5. Surat Keputusan Dosen Pembimbing Skripsi.....	109
Lampiran 6. Buku Bimbingan Skripsi .....	110
Lampiran 7. Riwayat Hidup Penulis .....	115



## DAFTAR PUSTAKA

### Artikel Jurnal:

- A.A Ayu Rianika Wijaya, & Putu Nugrahaeni Widiasavitri. (2019). Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya terhadap Motivasi Berprestasi pada Remaja Awal di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(2), 261–269.
- ABUTE, E. LA. (2019). Konsep Kesadaran Sosial Dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 3(2), 186. <https://doi.org/10.32529/glasser.v3i2.338>
- Agustin, A. A., & Bastaman, W. N. U. (2022). Pengembangan Desain Pakaian Outerwear Sebagai Penunjang Aktivitas Komunitas Strong Nation Di Kota Bandung. *Moda*, 4(2), 41–58. <https://doi.org/10.37715/moda.v4i2.2083>
- Ainunnida, K. A. (2022). Hubungan Kesepian Dan Ide Bunuh Diri Yang Dimoderasi Oleh Depresi Pada Remaja Korban Perceraian Orang Tua. *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan (SIKONTAN)*, 1(1), 1–14. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKONTAN>
- Alawiyah, T., & Liata, N. (2020). Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 1(2), 161–181. <https://doi.org/10.22373/jsai.v1i2.526>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Apriliani, T. (2016). Hubungan Kerja Dalam Industri Fast Fashion: Analisis Isi Terhadap Fenomena Eksploitasi (Studi Kasus Film the True Cost Dan Nike Sweatshops). *Informasi*, 46(1), 33. <https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9647>
- Aryadi, E., & Pagan, M. (2024). *Sosialisasi dan Pendampingan Internet Sehat dan Aman Untuk Remaja Healthy and Safe Internet Socialization and Assistance For Teenagers. 1.*
- Deny Arya Purnama Sakti. (2018). Identifikasi Pola Konsumsi Mahasiswa. In *Journal of FEBI UBM*.
- Diantari, N. K. Y. (2021). Tren new normal pada industri fast fashion di Indonesia : Adaptasi fast fashion di masa pandemi. *Bhumidevi: Journal of Fashion Design*, 1(1), 68–75.
- Diva Saputri, M., Putrikurnia Azhari, K., & Nuryulia Praswati, A. (2023). *Pengaruh Media Sosial Pada Niat Beli: Peran Mediasi Ekuitas Merek (Uniqlo)*. 98–110. <https://ebfelepma.ums.ac.id/2023>

- Efendi, S., Tinggi, S., & Kesehatan, I. (2024). *Buku Chapter Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Desember 2023.*
- Fajriani, G., Surani, D., & Fricticarani, A. (2023). Evaluasi berbasis game edukasi Wordwall untuk meningkatkan berpikir kritis siswa generasi Z kelas X di SMK Pasundan 1 Kota Serang. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6(3), 36–42.
- Fanani, M. H., & Hidayah, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Perempuan Sebagai Pengemudi Ojek Online Di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 10(4), 2–16.
- Fasiri, M. J. Al. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi melalui tingkat pendidikan dampaknya pada minat menabung rumah tangga masyarakat muslim. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 73–94.
- Galuh, K. (2020). The Other Face of Zara: Ekspansi Kapitalis Perusahaan Multinasional Fast Fashion dan Reevansinya dengan Neomarxisme. *Jurnal Universitas Airlangga*, June.
- Handayani, A., & Najib, N. (2019). Keinginan Memiliki Anak Berdasarkan Teori Pilihan Rasional (Analisis Data Sdki Tahun 2017). *EMPATI-Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 6(2), 31–40. <https://doi.org/10.26877/empati.v6i2.4277>
- Haryani, T. (2022). Pentingnya Pengembangan Potensi Remaja di Gereja Sebagai Generasi Penerus Gereja dan Bangsa. *Teokristi: Jurnal Teologi Kontekstual Dan Pelayanan Kristiani*, 2(2), 104–121. <https://doi.org/10.38189/jtk.v2i2.307>
- Haryono, S. (2016). Paradigma Penelitian. *Greget*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.33153/grt.v9i1.409>
- Humaira, H.-, & Fitriani, E. (2021). Penguatan Masyarakat Konsumen Abad Ke-21: Studi Kasus Konsumerisme Fast Fashion Di Inggris. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya*, 11(2), 238. <https://doi.org/10.17510/paradigma.v11i2.506>
- Juliyanto, D., & Firmansyah, A. (2024). Menuju Sustainable Fashion: Rencana Aksi Untuk Mengatasi Dampak Negatif Fast Fashion. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(3), 352–362. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i3.669>
- Jung, S., & Jin, B. (2016). Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. *Sustainability (Switzerland)*, 8(6). <https://doi.org/10.3390/su8060540>
- Kadir, R. D. (n.d.). *Individualisme Metodologis dalam Ilmu Ekonomi : Konsep dan Kritik*. 66–80.

- Kornelis, Y. (2022). Fenomena Industri Fast Fashion: Kajian Hukum Perspektif Kekayaan Intelektual Indonesia. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 5(1), 262–277. <https://doi.org/10.23887/jatayu.v5i1.46040>
- Kristanti, A. J., & Psikologi, J. (2021). Gambaran Citra Tubuh pada Wanita Dewasa Awal yang Mengalami Acne Vulgaris GAMBARAN CITRA TUBUH PADA WANITA DEWASA AWAL YANG MENGALAMI ACNE VULGARIS Siti Ina Savira. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 08(03), 12–23.
- Laila, K. I. (2021). Peran Brand Personality Dalam Membentuk Minat Beli Pada Produk Fashion H&M Di Kota Bandung. *Industrial Management*. <http://repository.upi.edu/id/eprint/63929>
- Misbahuddin, M., & Sholihah, A. M. (2018). Pakaian Sebagai Penanda: Kontruksi Identitas Budaya Dan Gaya Hidup Masyarakat Jawa (2000-2016). *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 6(2), 112–133. <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/wasathiya/article/view/3547>
- Mufidah, E. F., & Wulansari, P. S. D. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 3(2), 33–36. <https://doi.org/10.21067/jki.v3i2.2468>
- Nauval, D. A., & Mutiah. (2022). Fashion Sebagai Indentitas Diri Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Commercium*, 05(03), 68–79.
- Nawir, M., Irdansyah, I., & Lamabawa, D. (2023). Studi Literature : Muhammadiyah Dalam Tinjauan Historis, Teologis, dan Sosiologis. *TAJDIR: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 7(1), 17–28. <https://doi.org/10.52266/tajdir.v7i1.1618>
- Nazha, T., Manajemen, D., Ekonomi, F., Bangsa, U. B., Manajemen, D., Ekonomi, F., & Bangsa, U. B. (2024). *Analisis Pelanggan Dalam Pembelian dan Pemakaian Fast Fashion ( UNIQLO ) Dalam Kalangan Mahasiswa*. 2(1), 169–178.
- Ni Kadek Yuni Diantari. (2021). Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, 98–104. <https://e proceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/95>
- Nidia, C., & Suhartini, R. (2020). Dampak Fast Fashion Dan Peran Desainer Dalam Menciptakan Sustainable Fashion. *E-Journal*, 09(2), 157–166.
- Octaviana, R. (2020). Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 5(1), 121–133. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v5i1.6267>



- Pasaribu, V., Sianturi, C., Zalukhu, I. S., & Sigalingging, A. S. (2023). Sosialisasi Peran Warga Kelompok Tani Terpadu Martubung Tentang Manfaat Sensus Kependudukan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2668–2672.
- Prasetyaningsih, R. F. (2019). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin Dan Jurusan Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa FE UNY. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 8(4), 335–345. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/ekonomi/article/view/15335/4841>
- Prastyo, I., Suryanto, S., & Rini, A. P. (2020). Disonansi Kognitif Wanita Pekerja Seks Komersial yang Bekerja Menghidupi Keluarga. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 1(September), 74–83. <https://doi.org/10.30659/psisula.v1i0.7693>
- Puspa, R., & Yani Hardiyanti, N. (2021). Coffee Culture di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(1), 26. <https://doi.org/10.20473/medkom.v2i1.26380>
- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, 16(1), 1–8.
- Rabhani, A. P., Maharani, A., Putrie, A. A., Anggraeni, D., Azisabil, H. F., Cantika, I., Cahyani, I., Destianti, L. L., Mahmud, P. T., & Firmansyah, R. (2020). Audit Sistem Informasi Absensi Pada Kejaksaan Negeri Kota Bandung Menggunakan Framework Cobit 5. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 9(2), 275–280. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v9i2.890>
- Rahim, M., Usman, I., & Puluhalawa, M. (2018). Kecerdasan Sosial dan Prestasi Belajar Siswa (Tinjauan dari Perspektif Bimbingan dan Konseling Belajar ). *Proceeding Seminar Dan Lokakarya Nasional Revitalisasi Laboratorium Dan Jurnal Ilmiah Dalam Implementasi Kurikulum Bimbingan Dan Konseling Berbasis KKNi*, 4–6. <http://journal2.um.ac.id/index.php/sembk/article/view/1411>
- Rahmi, D. M., & Fadjar, N. S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(4), 539–549. <http://dx.doi.org/10.21776/jdess>.
- Ray, S., & Nayak, L. (2023). Marketing Sustainable Fashion: Trends and Future Directions. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15076202>
- Rizkila, M., Sosianika, A., & Gunawan, A. I. (2021). Shopping Lifestyle Generasi

Millennial dalam Trend Preloved Fashion. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 12, 4–5. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2880>

Rusadi, A. H. dan Y. (2022). Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya. *Al'Ma Arief*, 4(2), 59–67.

Sa'adah, N. H. (2022). Perbedaan gender dalam memilih lembaga pendidikan ditinjau dari teori pilihan rasional James S. Coleman. *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, 17(2), 223–236. <https://doi.org/10.24090/yinyang.v17i2.6677>

Sastrawati, N. (2020). Partisipasi Politik Dalam Konsepsi Teori Pilihan Rasional James S Coleman. *Al-Risalah Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum*, 19(2), 187. <https://doi.org/10.24252/al-risalah.v19i2.12730>

Shinta, F. (2018). Kajian Fast Fashion dalam Percepatan Budaya Konsumerisme. *Jurnal Rupa*, 3(1), 62. <https://doi.org/10.25124/rupa.v3i1.1329>

Siraj, A., Zhu, Y., Taneja, S., Ali, E., Guo, J., & Chen, X. (2024). Executing marketing through a gender lens: a consumer purchase decision-making study in an emerging economy. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*. <https://doi.org/10.1108/AGJSR-02-2023-0064>

Sofiani, S. S., & Saefuloh, D. (2019). Penggerak Niat Perilaku Pembelian Produk Fesyen Ramah Lingkungan dengan Teori Perilaku yang Direncanakan. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 767–776. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1516>

Solihat, N. A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 141–152.

Sugiarto, A., & Gabriella, D. A. (2020). Kesadaran Dan Perilaku Ramah Lingkungan Mahasiswa Di Kampus. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 260. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21061>

Suliyanthini, D., Mahdiyah, M., & Utari, D. (2022). Hubungan Pengetahuan Fast Fashion Dengan Preferensi Pembelian Konsumen. *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 205–214. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2456>

Syafira, D., & Harianto, S. (2020). Pilihan Rasional Masyarakat Surabaya Dalam Menggunakan Suroboyo Bus. *E-Journal UNESA*, 0(0), 1–21.

Tamima, A., Tumangger, Mh. A. P., & Lestari, D. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Studi Kasus

Mahasiswa Febi UINSU. *Jurnal Edukasi Non Formal*, 4(1), 364–376.

Tarawan, V. M., Lesmana, R., Gunawan, H., & Gunadi, J. W. (2020). Hubungan Antara Pola Konsumsi Dan Tingkat Pengetahuan Mengenai Gizi Seimbang Pada Warga Desa Cimenyan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 57–59.

Uyun, Z. Q. (2020). Ikonisasi Pakaian ‘Islami’: Bentuk Komunikasi Non Verbal Di Lingkungan Perguruan Tinggi Islam. *Alfuad: Jurnal Sosial Keagamaan*, 4(1), 35. <https://doi.org/10.31958/jsk.v4i1.1487>

Vijayarasa, R., & Liu, M. (2022). Fast Fashion for 2030: Using the Pattern of the Sustainable Development Goals (SDGs) to Cut a More Gender-Just Fashion Sector. *Business and Human Rights Journal*, 7(1), 45–66. <https://doi.org/10.1017/bhj.2021.29>

Vivaldo, R., Karina, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). *6493-12157-1-Sm*. 6(1), 1–6.

Wahyuni, S. (2013). Teori Konsumsi Dan Produksi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal AkWahyuni*, S. (2013). *Teori Konsumsi Dan Produksi Dalam Perspektif Islam. Jurnal Akuntabel*, Vol 10(No 1), 74–79. <https://core.ac.uk/download/pdf/229018574.pdf>

Wulandari, R. W. (2022). Mini Klinik Menuju Remaja Tangguh Masa Kini (Upaya Pemberdayaan Remaja Melalui Pengadaan Mini Klinik Dengan Metode Konsultasi Individu Berbasis Choacing Klinik). *Jurnal Jaringan Penelitian Pengembangan Penerapan Inovasi Pendidikan (Jarlitbang)*, 181–190. <https://doi.org/10.59344/jarlitbang.v8i2.30>

Yunalia, E. M., & Etika, A. N. (2020). Analisa kecerdasan emosional remaja tahap akhir berdasarkan jenis kelamin. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 8(4), 477–484.

Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>

Zakia, A., Adisti, A. A., & Asmarani, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 449-457.

#### **Artikel Berita:**

Waste, Zero. (2020, Januari 06). Mengenal Fast Fashion dan Dampak yang Ditimbulkan. Zero Waste. <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yang-ditimbulkan/> diakses pada 31 Januari 2024 pukul 20.34 WIB.

Monica Priscillia, 2024

**PENGARUH KESADARAN SOSIAL REMAJA TERHADAP POLA KONSUMSI PAKAIAN FAST FASHION (STUDI PADA REMAJA DI KOTA BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**Buku:**

Marlianti, M., & Kurniawan, H. (2024). KONSEP SUSTAINABLE FASHION PADA PERANCANGAN KARYA BUSANA. *Bookchapter ISBI Bandung, 1(1)*.

Masri, S. (2020). *Multicultural Awareness, Teknik Cinemeducation, Dan Bibliotherapy*. Penerbit Aksara Timur.

**Film:**

*The True Cost*. Disutradai oleh Andrew Morgan, *Life Is My Movie Entertainment*, 2015.