

**PENGARUH GREENWASHING DAN SKEPTISISME HIJAU
TERHADAP WORD OF MOUTH PADA KONSUMEN H&M
CONSCIOUS DI KALANGAN MILENIAL DAN GEN Z DI
JABODETABEK**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen



Wardah Nurul Azhiima

1211001070

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Wardah Nurul Azhiima

NIM : 1211001070

Tanda Tangan : 

Tanggal : 13 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

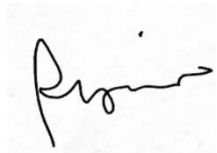
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Wardah Nurul Azhiima
NIM : 1211001070
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Greenwashing dan Skeptisisme Hijau terhadap Word of mouth pada konsumen H&M Conscious di kalangan Milenial dan Gen Z di Jabodetabek

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Aurino Rilman Adam Djamaris, MM

()

Penguji 1 : Ananda Fortunisa, SE., MSi

()

Penguji 2 : Dominica A. Widyastuti, SE.MM

()

Ditetapkan di Jakarta

Kamis, 4 september 2025

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik bagi mahasiswa Manajemen Universitas Bakrie untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Penyusunan Tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang tiada terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Terima kasih Ya Allah, atas segala petunjuk dan kekuatan yang Engkau berikan sepanjang proses ini.
2. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak A. Burhannudin dan Ibu Srinawayanti, terima kasih yang tak terhingga atas segala dukungan, baik moral maupun material, yang tak pernah putus mengalir dalam setiap langkah hidup penulis. Terima kasih atas cinta kasih yang tulus, doa yang selalu mengiringi. Terima kasih telah meyakinkan penulis bahwa segala tantangan dapat dilalui dengan baik, bahwa penulis mampu menyelesaikan studi ini dengan penuh keyakinan. Terima kasih juga atas kebebasan yang diberikan untuk memilih jalan hidup, serta bimbingan penuh kesabaran dalam mendidik dan membekali penulis tentang makna kehidupan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, ridha, dan keberkahan dalam setiap langkah, serta membalas setiap tetes keringat dan pengorbanan yang telah papa dan mama berikan dengan pahala yang tak ternilai.
3. Saudara kandung, Kakak Nahda dan Rian yang telah mendukung, memberi masukan dan menghibur penulis selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Ir. Aurino Rilman Adam Djamaris, M.M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dengan sabar dalam membimbing dan memberikan koreksi yang bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Dominica A. Widyastuti, SE.MM selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan saran, masukan dan arahan yang bermanfaat dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Salsa, Natalie, Aisy, Safina, dan Thalia selaku sahabat dan teman seperjuangan penulis semasa kuliah. Terima kasih banyak telah saling perhatian, membantu, mendukung, dan bekerja sama dalam segala proses yang dilalui setiap semesternya hingga kini sampai di tahap akhir. Terima kasih telah menjadi teman terbaik penulis.
7. Kerabat dekat penulis yang tidak bisa disebutkan satu – persatu namanya. Terima kasih telah turut mendukung dan mendoakan kelancaran, kemudahan, dan kesuksesan penulis dalam

menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dukungan dan doa kalian sangat berarti bagi penulis, Terima kasih.

8. Wardah Nurul Azhiima, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Akhir kata, penulis berharap kepada Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pembaca. Dan penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini, oleh karena itu kritik dan saran yang diberikan akan saya terima sebagai penyempurnaan Tugas Akhir ini

Jakarta, 14 Agustus 2025



Wardah Nurul Azhiima

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Barie, saya yang bertanda tangan di bawah :

Nama : Wardah Nurul Azhiima
NIM : 1211001070
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Greenwashing dan Skeptisisme Hijau terhadap Word of mouth pada konsumen H&M Conscious di kalangan Milenial dan Gen Z di Jabodetabek”**. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Agustus 2025

Yang menyatakan



Wardah Nurul Azhiima

PENGARUH GREENWASHING DAN SKEPTISISME HIJAU TERHADAP WORD OF MOUTH PADA KONSUMEN H&M CONSCIOUS DI KALANGAN MILENIAL DAN GEN Z DI JABODETABEK

Wardah Nurul Azhiima

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi greenwashing dan skeptisisme hijau terhadap word of mouth (WOM) negatif pada konsumen H&M Conscious di kalangan milenial dan Gen Z, khususnya dalam wilayah Jabodetabek. Meningkatnya kepedulian lingkungan di kalangan generasi muda membuat mereka lebih peka terhadap praktik greenwashing, yang dapat memicu skeptisisme dan berujung pada penyebaran opini negatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 110 responden yang merupakan konsumen milenial dan Gen Z yang mengetahui atau pernah membeli produk H&M Conscious di wilayah Jabodetabek. Analisis data dilakukan menggunakan tabulasi silang sebagai analisis awal untuk mengeksplorasi hubungan antarvariabel, kemudian dilanjutkan dengan regresi logistik ordinal dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi greenwashing tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap Word of mouth negatif ($p=0,385$). Skeptisisme hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth negatif ($p=0,007$). Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Word of mouth negative ($p=0,000$). Nilai Nagelkerke R-Square sebesar 21,3%. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi greenwashing tidak berpengaruh langsung terhadap word of mouth negatif, sedangkan skeptisisme hijau terbukti berpengaruh signifikan dan menjadi pendorong utama bagi konsumen untuk menyebarkan informasi negatif.

Kata kunci: *Greenwashing, Skeptisime Hijau, Word of mouth negatif, H&M Conscious, Generasi Milenial, Generasi Z*

PENGARUH GREENWASHING DAN SKEPTISISME HIJAU TERHADAP WORD OF MOUTH PADA KONSUMEN H&M CONSCIOUS DI KALANGAN MILENIAL DAN GEN Z DI JABODETABEK

Wardah Nurul Azhiima

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of greenwashing perceptions and green skepticism on negative word of mouth (WOM) among H&M Conscious consumers from millennial and Gen Z generations, particularly in the Greater Jakarta area. Increasing environmental awareness among the younger generation makes them more sensitive to greenwashing practices, which can trigger skepticism and lead to the spread of negative opinions. This study used a quantitative method with a purposive sampling technique. 110 respondents were millennial and Gen Z consumers who knew or had purchased H&M Conscious products in the Greater Jakarta area. Data analysis was conducted using crosstabulation as a preliminary analysis to explore relationships between variables, followed by ordinal logistic regression with the help of SPSS version 27. The results showed that greenwashing perceptions did not have a significant direct effect on negative word of mouth ($p = 0.385$). Green skepticism had a positive and significant effect on negative word of mouth ($p = 0.007$). Simultaneously, both variables had a significant effect on negative word of mouth ($p = 0.000$). The Nagelkerke R-Square value was 21.3%. These findings suggest that the perception of greenwashing does not directly trigger negative word of mouth, while green skepticism is proven to have a significant effect and is the primary driver for consumers to spread negative information.

Keywords: *Greenwashing, Green Skepticism, Negative Word of Mouth, H&M Conscious, Millennials, Generation Z*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	6
2.1. Konsep Persepsi Greenwashing.....	6
2.1.1 Pengertian Greenwashing.....	6
2.1.2 Dimensi Persepsi Greenwashing.....	7
2.2 Konsep Skeptisisme Hijau	7
2.2.1 Pengertian Skeptisisme Hijau.....	7
2.2.2 Dimensi Skeptisisme	8
2.3 Konsep Word Of Mouth negatif.....	8
2.3.1 Pengertian Word Of Mouth negatif.....	8
2.3.2 Dimensi Negatif Green Word of Mouth.....	9
2.4 Penelitian Terdahulu	9
2.5 Kerangka Pemikiran	12
2.6 Pengembangan Hipotesis	12
BAB III METODE PENELITIAN	13
3.1 Metode penelitian	13

3.2 Populasi dan Sampel.....	13
3.2.1 Populasi.....	13
3.2.2 Sampel.....	13
3.3 Sumber Data	15
3.3.1 Data Primer	15
3.3.2 Data Sekunder	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	16
3.5 Teknik Analisis Data	16
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif	16
3.5.2 Uji Instrumen.....	17
3.6 Analisis Regresi Logistik Ordinal.....	18
3.7 Uji Keberartian Model (model fitting information).....	18
3.8 Uji Kebaikan Model (Goodness-of-fit).....	19
3.9 Uji Parameter Estimasi (Wald)	19
3.10 Uji Koefisien Determinasi (Cox and snell).....	19
3.11 Uji Pararel Lines (Test Of Parallel Lines).....	20
3.12 Operasional Variabel.....	20
BAB IV.....	30
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Uji Instrumen.....	30
4.1.1 Uji Validitas.....	30
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	31
4.2 Karakteristik Demografi Responden.....	32
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	34
4.3.1 Analisis Deskriptif Persepsi Greenwashing (X1).....	35
4.3.2 Analisis Deskriptif Skeptisisme Hijau (X2)	37
4.3.3 Analisis Deskriptif Word of mouth (Y).....	39
4.4 Analisis Tabulasi Silang (Crosstab).....	40
4.4.1 Tabulasi silang kategori Greenwashing dengan Skeptisisme hijau	41
4.4.2 Tabulasi silang kategori Skeptisisme hijau dengan Word of mouth negatif	42
4.4.3 Tabulasi silang kategori Greenwashing dengan Word of mouth negatif.....	43
4.5 Analisis Uji Analisis Regresi Ordinal	44
4.5.1 Hasil Uji Keberartian Model (<i>Model Fitting Information</i>)	45
4.5.2 Hasil Uji Kebaikan model (<i>Goodness of fit</i>)	45

4.5.3 Uji Koefisiensi Determinasi Model (<i>R-Square</i>)	46
4.5.4 Hasil Uji Parameter Estimasi (<i>Wald</i>).....	46
4.5.5 Hasil Uji Paralel Lines	48
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	48
4.6.1 Pengaruh Pesepsi Greenwashing terhadap Word of mouth negatif pada konsumen H&M Conscious	48
4.6.2 Pengaruh Skeptisisme Hijau terhadap Word of mouth negatif pada konsumen H&M Conscious.....	49
4.6.3 Pengaruh Gabungan Persepsi Greenwashing dan Skeptisisme hijau terhadap Word of mouth negatif pada konsumen H&M Conscious	50
BAB V	51
KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan Penelitian	51
5.2 Implikasi Penelitian	52
5.2.1 Implikasi Teoretis	52
5.2.2 Implikasi Praktis.....	52
5.3 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Generasi Milenial& Gen Z.....	1
Gambar 1. 2 Conscious Collection.....	2
Gambar 1. 3 Program Garment Collecting.....	2
Gambar 1. 4 Kasus H&M.....	3

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	20
Tabel 4. 1 Uji Validitas	30
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden	32
Tabel 4. 4 Descriptive Statistic.....	34
Tabel 4. 5 Descriptive Variabel Persepsi Greenwashing (X1).....	35
Tabel 4. 6 Descriptive Variabel Skeptisisme Hijau (X2).....	37
Tabel 4. 7 Descriptive Variabel Word Of mouth (Y).....	39
Tabel 4. 8 Tabulasi crosstab kategori Greenwashing dengan Skeptisisme hijau.....	41
Tabel 4. 9 Tabulasi crosstab kategori Skeptisisme hijau dengan Word of mouth negatif	42
Tabel 4. 10 Tabulasi crosstab kategori Greenwashing dengan Word of mouth negatif.....	43
Tabel 4. 11 Model Fitting Information	45
Tabel 4. 12 Goodness of fit	45
Tabel 4. 13 R-Square.....	46
Tabel 4. 14 Parameter Estimasi	46
Tabel 4. 15 Paralel Lines	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2 Uji Validitas.....	64
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	66
Lampiran 4 Uji Descriptive Statistic	68
Lampiran 5 Uji Statistik Descriptive Variabel Persepsi Greenwashing	68
Lampiran 6 Uji Statistik Deskriptif Variabel Skeptisisme Hijau.....	69
Lampiran 7 Uji Statistik Deskriptif Variabel Word of mouth negatif.....	71
Lampiran 8 Tabulasi silang kategori Greenwashing dengan Skeptisisme hijau.....	72
Lampiran 9 Tabulasi silang kategori Skeptisisme hijau dengan Word of mouth negatif	73
Lampiran 10 Tabulasi silang kategori Greenwashing dengan Word of mouth negatif	74
Lampiran 11 Uji Model Fitting Information	75
Lampiran 12 Uji Goodness-of-Fit	76
Lampiran 13 Pseudo R-Square	76
Lampiran 14 Parameter Estimates	76
Lampiran 15 Test of Parallel Lines.....	77