

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *greenwash* dan skeptisisme hijau terhadap niat pembelian hijau produk perawatan rumah pada generasi muda di Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia dengan kriteria responden adalah konsumen yang pernah membeli atau menggunakan produk ramah lingkungan tetapi belum pernah menggunakan produk hijau perawatan rumah.

Metode pengumpulan data menggunakan *non probability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sejumlah 201 responden turut berpartisipasi dalam penelitian kuantitatif ini. Data yang diperoleh kemudian diproses menggunakan program SmartPLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *greenwash* dan skeptisisme hijau berpengaruh negatif terhadap niat pembelian hijau. *Greenwash* berpengaruh positif terhadap skeptisisme hijau. Skeptisisme hijau memiliki peran mediasi antara hubungan *greenwash* dan niat pembelian hijau.

Kata kunci : *greenwash*, skeptisisme hijau, pengetahuan, dan niat pembelian hijau.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of greenwash and green skepticism on the purchase intention of green home care products among young people in Indonesia. This research was conducted in Indonesia with the criteria of respondents being consumers who had bought or used environmentally friendly products but had never used green home care products.

Methods of data collection using a non-probability sampling and purposive sampling. A total of 201 respondents has participated in this quantitative research. The data obtained was then processed using the SmartPLS 3 program.

The results show that greenwash and green skepticism have a negative effect on green purchase intentions. Greenwash has a positive effect on green skepticism. Green skepticism has a mediating role between the greenwash relationship and green purchase intention.

Keywords : greenwash, green skepticism, knowledge, and green purchase intention.