

**ANALISIS FAKTOR HIJAU YANG MEMENGARUHI
PURCHASE INTENTION GEN Z MELALUI *GREEN TRUST* DI
DKI JAKARTA**



Disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Negeri Jakarta

ANDHIKA AMALIA

1705622049

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***ANALYSIS OF GREEN FACTORS AFFECTING GEN Z'S
PURCHASE INTENTION THROUGH GREEN TRUST IN
JAKARTA***



*This thesis is submitted as one of the requirements to obtain a
Bachelor's Degree in Management at the Faculty of Economics and
Business, Universitas Negeri Jakarta.*

ANDHIKA AMALIA

1705622049

***BACHELOR'S STUDY PROGRAM IN MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2026

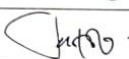
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Andhika Amalia
 NIM : 1705622049
 Program Studi/Fakultas : S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Judul Penelitian : Analisis Faktor Hijau yang Memengaruhi *Purchase Intention*
 Gen Z Melalui *Green Trust* di Dki Jakarta

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus** Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 9 Juli 2026.

Tim Penguji,

Ketua Penguji	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D	
	NIP 197412021200812001	
Penguji 1	Dr. Andrian Haro, S.Si., M.M.	
	NIP 198509242014041002	
Penguji 2	Meta Bara Berutu, S.E., M.M.	
	NIP 199409222022032012	
Pembimbing 1	Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph.D.	
	NIP 197002122008121001	
Pembimbing 2	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., M.M.	
	NIP 198103222023212013	

Mengetahui,

Dekan,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen,



Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
 NIDN/NUPTK. 197206272006041001



Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.
 NIDN/NUPTK. 197201252002121002

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Andhika Amalia
NIM : 1705622049
Fakultas/Prodi : Ekonomi Bisnis/S1 Manajemen
Alamat email : andhikaamalia11@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (...)

yang berjudul :

Analisis Faktor Hijau yang Memengaruhi *Purchase Intention* Gen Z Melalui *Green Trust* di DKI
Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Juli 2026

Penulis

(Andhika Amalia)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Andhika Amalia
NIM : 1705622049
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Analisis Faktor Hijau yang Memengaruhi *Purchase Intention* Gen Z Melalui *Green Trust* di Dki Jakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 20 Juli 2026
Yang menyatakan,



Andhika Amalia
NIM. 1705622049

ABSTRAK

Andhika Amalia; “Analisis Faktor Hijau yang Memengaruhi Purchase Intention Gen Z melalui Green Trust di DKI Jakarta”. Skripsi. Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Pembimbing: Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. dan Dr. Terrylina Arvinta M., S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing*, *environmental knowledge*, dan *environmental concern* terhadap *green trust* dan *purchase intention* pada konsumen Generasi Z di DKI Jakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dari 230 responden berusia 17–29 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta serta pernah menggunakan atau tertarik terhadap produk NPURE. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing*, *environmental knowledge*, dan *environmental concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green trust*. Selain itu, *green marketing*, *environmental knowledge*, *environmental concern*, dan *green trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan strategi pemasaran hijau, pengetahuan lingkungan, dan kepedulian lingkungan konsumen dapat memperkuat kepercayaan terhadap klaim ramah lingkungan perusahaan, yang pada akhirnya mendorong peningkatan niat beli. Penelitian ini memberikan implikasi bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi keberlanjutan yang kredibel serta meningkatkan edukasi lingkungan guna memperkuat kepercayaan dan minat beli konsumen Generasi Z.

Kata kunci: *green marketing, environmental knowledge, environmental concern, green trust, purchase intention.*

ABSTRACT

Andhika Amalia. Analysis of Green Factors Influencing Generation Z's Purchase Intention through Green Trust in DKI Jakarta. Undergraduate Thesis. Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Supervisors: Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. and Dr. Terrylina Arvinta M., S.E., M.M.

This study examines the effects of green marketing, environmental knowledge, and environmental concern on green trust and purchase intention among Generation Z consumers in DKI Jakarta. Data were collected through an online questionnaire from 230 respondents aged 17–29 years who resided in DKI Jakarta and had used or were interested in NPURE products. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results indicate that green marketing, environmental knowledge, and environmental concern have a positive and significant effect on green trust. Furthermore, green marketing, environmental knowledge, environmental concern, and green trust have a positive and significant effect on purchase intention. These findings suggest that enhancing green marketing strategies, consumers' environmental knowledge, and environmental concern can strengthen trust in a company's environmental claims, which in turn increases consumers' purchase intention. This study provides practical implications for companies to develop credible sustainability strategies and promote environmental education in order to strengthen consumer trust and encourage purchase intention among Generation Z consumers.

Keywords: *green marketing, environmental knowledge, environmental concern, green trust, purchase intention.*

LEMBAR PERSEMBAHAN

MOTTO

"Batas terbesar bukanlah kemampuan, melainkan keyakinan bahwa kita tidak mampu."

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya."

(QS. An-Najm [53]: 39)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, karya ini peneliti persembahkan kepada kedua orang tua, Bapak Kasidi dan Ibu Sri, juga kepada keluarga atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang tidak pernah putus. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan, serta kepada sahabat dan teman-teman yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi langkah awal untuk terus belajar, berkembang, dan berkarya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor Hijau yang Memengaruhi *Purchase Intention* Generasi Z melalui *Green Trust* di DKI Jakarta”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Terrylina Arvinta M., S.E., M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan saran, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
3. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
4. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, serta kasih sayang yang tidak pernah putus kepada penulis.
5. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
6. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang

membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.

Jakarta, Juli 2026

Penulis

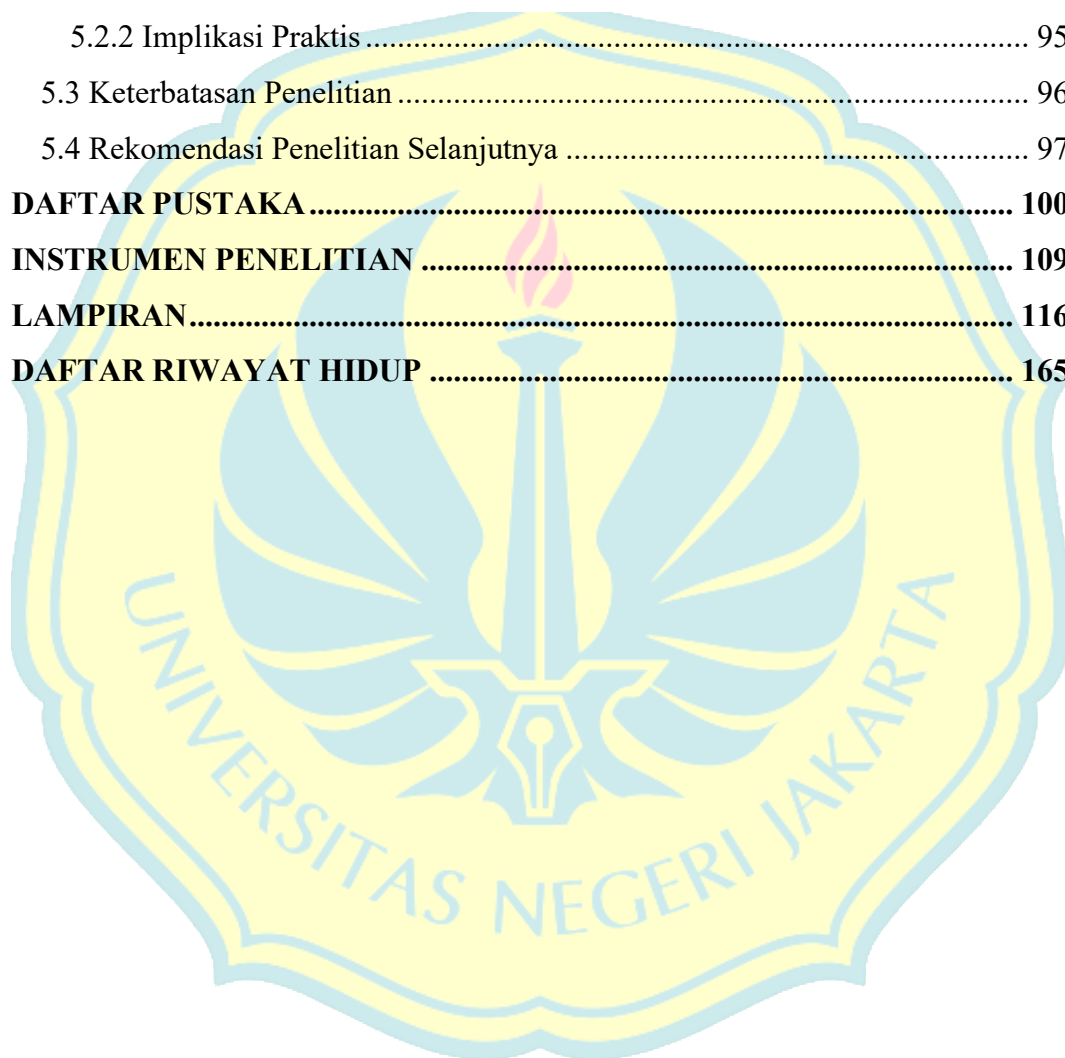


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Pendukung	14
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	14
2.1.2 <i>Green Trust</i>	16
2.1.3 <i>Green Marketing</i>	17
2.1.4 <i>Environmental Knowledge</i>	18
2.1.5 <i>Environmental Concern</i>	20
2.2 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teori	21
2.2.1 Pengembangan Hipotesis	21
2.2.2 Kerangka Teori	30

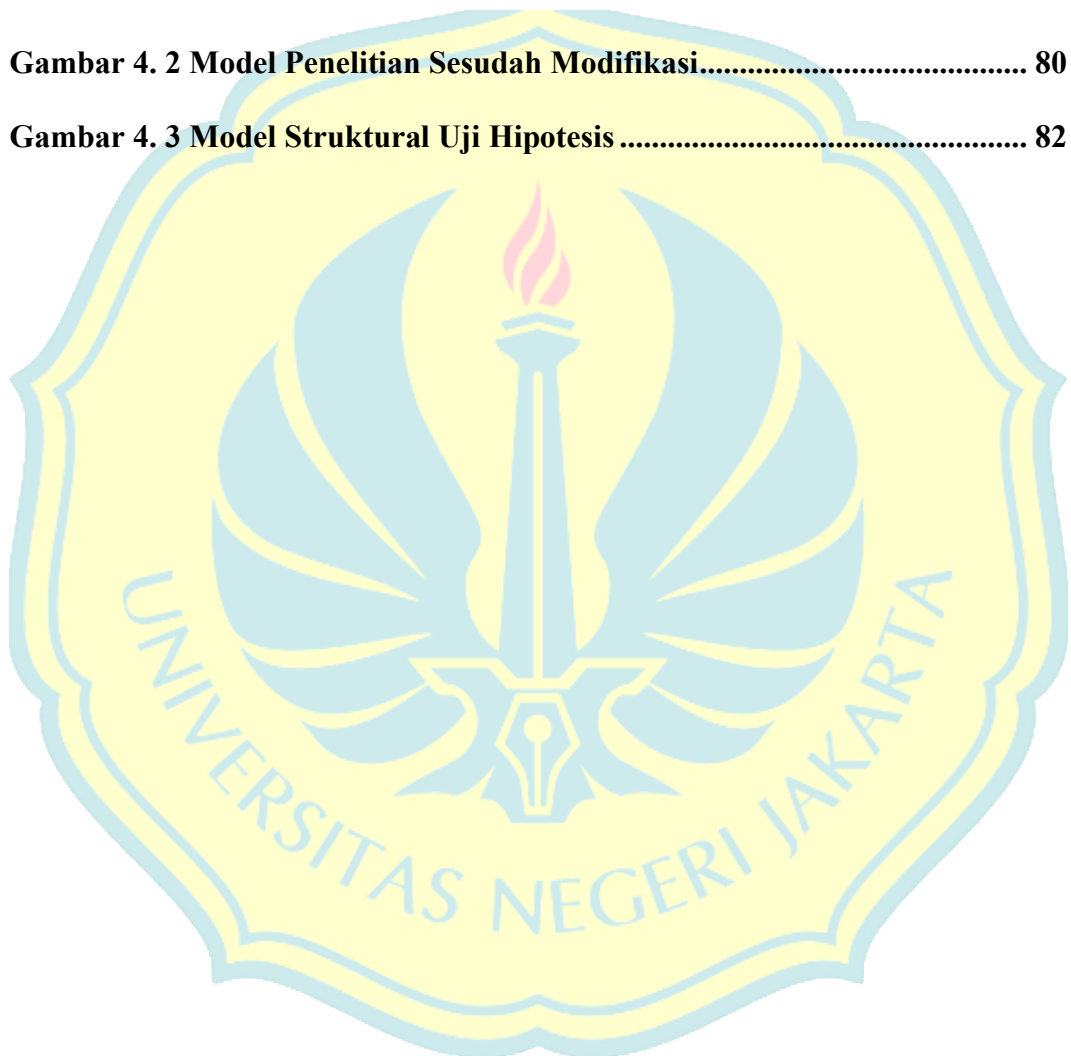
2.2.3 Hasil Penelitian yang Relevan	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.1.1 Waktu Penelitian.....	34
3.1.2 Tempat Penelitian	34
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Objek, Populasi, dan Sampel Penelitian.....	35
3.3.1. Objek Penelitian.....	35
3.3.2. Populasi.....	35
3.3.3 Sampel	35
3.4 Pengembangan Instrumen	36
3.4.1 Variabel Penelitian.....	36
3.4.2 Operasional Variabel	37
3.4.3 Skala Pengukuran	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	47
3.6.2 Uji Validitas.....	47
3.6.3 Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	48
3.6.4 Uji Reliabilitas	48
3.6.5 Uji Kelayakan Model.....	48
3.6.6 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Data	53
4.1.1 Profil Responden.....	54
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	60
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan	73
4.2.1 Uji Validitas Data	73
4.2.2 Uji Reabilitas Data.....	77
4.2.3 Uji Kelayakan Model.....	78
4.2.4 Uji Hipotesis	81

4.2.5 Pembahasan	83
4.2.6 Temuan Model Penelitian.....	90
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Implikasi.....	94
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	94
5.2.2 Implikasi Praktis	95
5.3 Keterbatasan Penelitian	96
5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	100
INSTRUMEN PENELITIAN	109
LAMPIRAN.....	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	165



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Poster NPURE.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	31
Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi	78
Gambar 4. 2 Model Penelitian Sesudah Modifikasi.....	80
Gambar 4. 3 Model Struktural Uji Hipotesis	82



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 perasionalisasi Variabel <i>Purchase Intention</i>	38
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Green Marketing</i>	39
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	40
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel <i>Environmental Concern</i>	42
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel <i>Green Trust</i>	43
Tabel 3. 6 <i>Goodness of Fit Indices</i> Model Penelitian Sesudah Modifikasi.....	50
Tabel 4. 1 Pertanyaan Penyaringan Responden.....	53
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	56
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	58
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan	59
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per Bulan	60
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	61
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Marketing</i>	64
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	66
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Environmental Concern</i>	69
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Variabel <i>Green Trust</i>	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas	74

Tabel 4. 15 Hasil Uji Reabilitas.....	77
Tabel 4.16 <i>Goodness of Fit Indices</i> Model Penelitian Sebelum Modifikasi....	79
Tabel 4. 17 <i>Goodness of Fit Indices</i> Model Penelitian Setelah Modifikasi.....	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis	82
Tabel 4. 19 Tabel <i>Direct Effect</i>.....	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1– Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	116
Lampiran 2 – Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing.....	117
Lampiran 3 – Kartu Konsultasi Bimbingan.....	118
Lampiran 4 – Hasil Turnitin.....	119
Lampiran 5 – <i>Letter of Acceptance</i> (LOA) Artikel.....	120
Lampiran 6 – Tabulasi Data <i>Purchase Intention</i>	121
Lampiran 7 – Tabulasi Data Green Marketing	129
Lampiran 8 – Tabulasi Data <i>Environmental Knowledge</i>	137
Lampiran 9 – Tabulasi Data <i>Environmental Concern</i>	145
Lampiran 10 – Tabulasi Data <i>Green Trust</i>	153
Lampiran 12 – Hasil Data Amos Sebelum Modifikasi	161
Lampiran 13 – Hasil Data Amos Sesudah Modifikasi.....	163
Lampiran 14 – Hasil Data Amos Model Struktural	164