



PENGARUH *GREENWASHING* DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN TERHADAP NIAT INVESTASI HIJAU GENERASI Z

Kartika

Universitas Jember

E-mail: kartika.feb@unej.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of greenwashing and environmental awareness on Generation Z's green investment intentions, with financial literacy and digital literacy as mediating variables. Greenwashing, as the practice of conveying misleading environmental claims, has the potential to reduce trust in sustainable investment products or instruments. Conversely, environmental awareness is identified as an important driving factor for investment intentions in environmentally friendly assets. Data collection in this study was obtained using a questionnaire to Generation Z respondents at the University of Jember. The sample in this study was drawn using a purposive sampling method. Data analysis was performed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results showed that greenwashing had a significant negative effect on green investment intentions, while environmental awareness had a significant positive effect. Furthermore, financial literacy and digital literacy were shown to mediate the relationship between greenwashing and environmental awareness with green investment intentions.

Keywords: *Environmental Concern; Financial Literacy; Generation Z; Green Investment; Greenwashing*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh greenwashing dan kepedulian lingkungan terhadap niat investasi hijau Generasi Z, dengan literasi keuangan dan literasi digital sebagai variabel mediasi. Greenwashing, sebagai praktik penyampaian klaim lingkungan yang menyesatkan, berpotensi menurunkan kepercayaan terhadap produk atau instrumen investasi berkelanjutan. Sebaliknya, kepedulian lingkungan diidentifikasi sebagai faktor pendorong penting bagi niat berinvestasi pada aset ramah lingkungan. Pengumpulan data pada penelitian diperoleh dengan menggunakan kuisioner yang diberikan kepada responden Generasi Z yang ada di Universitas Jember. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa greenwashing berpengaruh negatif signifikan terhadap niat investasi hijau, sedangkan kepedulian lingkungan berpengaruh positif signifikan. Selain itu, literasi keuangan dan literasi digital terbukti memediasi hubungan antara greenwashing maupun kepedulian lingkungan dengan niat investasi hijau.

Kata kunci: *Greenwashing; Kepedulian lingkungan; Literasi Keuangan; Literasi Digital; Niat Investasi Hijau; Generasi Z*



I. PENDAHULUAN

Investasi hijau merupakan salah satu strategi penting dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan, yang diarahkan pada pendanaan proyek atau perusahaan yang memberikan dampak positif terhadap lingkungan (Zhang et al., 2018). Tren ini semakin menguat seiring meningkatnya kesadaran global terhadap perubahan iklim, degradasi lingkungan, dan kebutuhan akan energi terbarukan (Hemdan & Zhang, 2024). Di Indonesia, potensi investasi hijau sangat besar, terutama dengan keterlibatan Generasi Z yang pada tahun 2023 mencakup sekitar 27% populasi (BPS, 2023). Generasi ini dikenal memiliki keterhubungan tinggi dengan teknologi digital, tingkat kesadaran lingkungan yang relatif baik, serta minat terhadap inovasi finansial (Pašiušienė et al., 2024). Meskipun demikian, salah satu tantangan utama dalam pengembangan investasi hijau adalah fenomena greenwashing. Greenwashing merujuk pada praktik perusahaan yang memberikan klaim lingkungan yang menyesatkan atau dilebih-lebihkan tanpa adanya komitmen nyata terhadap keberlanjutan (Lyon & Montgomery, 2015). Fenomena ini dapat menurunkan kepercayaan publik terhadap produk atau instrumen investasi berkelanjutan (Gatti et al., 2021) dan menghambat partisipasi investor, termasuk generasi muda yang peka terhadap isu keberlanjutan (Larsson et al., 2022).

Sebaliknya, kepedulian lingkungan merupakan faktor yang mendorong niat untuk berinvestasi pada aset ramah lingkungan. Individu dengan tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung menganggap investasi hijau sebagai bentuk kontribusi nyata terhadap kelestarian alam (Nguyen et al., 2021; Sullivan & Mackenzie, 2018). Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2011), kepedulian lingkungan membentuk sikap positif yang pada akhirnya memengaruhi intensi berperilaku, termasuk keputusan berinvestasi. Selain faktor sikap, niat investasi hijau juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengakses, memahami, dan mengevaluasi informasi terkait investasi. Literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kemampuan seseorang untuk menilai risiko, imbal hasil, serta kredibilitas klaim keberlanjutan yang disampaikan oleh perusahaan (Lusardi & Mitchell, 2014; Philippos & Avdoulas, 2021). Di sisi lain, literasi digital memungkinkan individu memanfaatkan teknologi untuk mencari, memverifikasi, dan membandingkan informasi investasi secara kritis, sehingga mengurangi risiko terjebak dalam klaim greenwashing (Rheingold, 2012; Suparno et al., 2024).



Terdapat beberapa penelitian yang menguji hubungan antara pengaruh *Greenwashing*, kepedulian lingkungan dengan literasi keuangan dan literasi digital sebagai variabel moderasi. Delmas & Burbano, 2011; Chen & Chang, 2013 meneliti hubungan antara pengaruh *Greenwashing* dengan keputusan pembelian produk dan citra produk akan tetapi belum ada penelitian yang menguji hubungan antara variabel *Greenwashing* dengan niat berinvestasi. Variabel lainnya yang memengaruhi niat berinvestasi adalah kepedulian lingkungan. Terdapat beberapa peneliti yang menguji hal tersebut yaitu penelitian Nguyen et al. (2020); Echegaray & Hansstein (2017) dan Testa et al (2021). Hasil penelitian Nguyen et al. (2020); Echegaray & Hansstein (2017) menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap niat investasi hijau berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Testa et al (2021). Dikarenakan terbatasnya penelitian terdahulu dan adanya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya maka dalam penelitian ini ingin menguji kembali hubungan antara variabel *Greenwashing* dan kepedulian lingkungan dengan variabel literasi keuangan dan digital sebagai variabel *moderating*. Dalam penelitian ini responden penelitian yang digunakan adalah generasi Z karena banyak penelitian sebelumnya berfokus pada negara maju (misalnya Eropa dan Amerika Utara), sehingga konteks Generasi Z di negara berkembang seperti Indonesia masih relatif jarang diteliti Tan et al (2021). Padahal, karakteristik ekonomi, tingkat literasi, dan budaya digital di negara berkembang berbeda, sehingga dapat menghasilkan temuan yang unik.

II. TINJAUAN TEORITIS

2.1 Theory of Planned Behaviour (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai pengembangan *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB menjelaskan bahwa niat seseorang berperilaku (*Behavioral Intention*) merupakan prediktor utama dari perilaku aktual (*Actual Behavior*). Niat ini dipengaruhi oleh tiga komponen utama sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan control perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1991). Menurut TPB, perilaku investasi hijau Generasi Z akan lebih mungkin terjadi apabila individu memiliki sikap positif terhadap investasi hijau, merasakan dukungan sosial yang kuat, dan percaya bahwa mereka memiliki kemampuan untuk melakukannya. Model ini relevan dalam menjelaskan bagaimana faktor psikologis, sosial, dan keterampilan (literasi) berinteraksi membentuk niat investasi hijau.



2.2 Greenwashing dan Niat Investasi Hijau

Theory of Planned Behavior (Ajzen, 2011) menyatakan bahwa bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Jika praktik greenwashing melemahkan sikap positif dan kepercayaan investor, maka niat investasi hijau juga akan menurun persepsi negatif terhadap kredibilitas suatu produk akan membentuk sikap negatif yang pada akhirnya menurunkan niat berperilaku. *Greenwashing* diartikan sebagai strategi komunikasi yang digunakan perusahaan untuk menciptakan citra ramah lingkungan tanpa diiringi tindakan nyata yang sepadan (Lyon & Montgomery, 2015). Bagi Generasi Z yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi, deteksi terhadap praktik greenwashing dapat menimbulkan sikap skeptis dan menurunkan minat untuk berinvestasi pada produk atau proyek berlabel hijau (Gatti et al., 2021; Larsson et al., 2022). Hal ini didukung oleh hasil beberapa penelitian Chen & Chang (2013) dan de Freitas et al (2020) yang menyatakan bahwa adanya greenwashing akan menurunkan kepercayaan seseorang dan akhirnya menurunkan niat seseorang untuk membeli.

Hipotesis 1: Greenwashing berpengaruh negatif terhadap niat investasi hijau Generasi Z.

2.3 Kepedulian Lingkungan dan Niat Investasi Hijau

Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991) menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan salah satu prediktor utama dari niat berperilaku. Jika seseorang memiliki kepedulian lingkungan yang tinggi, maka ia cenderung memiliki sikap positif terhadap investasi yang ramah lingkungan. Kepedulian lingkungan (*Environmental Concern*) diartikan sebagai tingkat perhatian dan kepedulian seseorang terhadap lingkungan (Albayrak et al, 2013). Individu yang memiliki kepedulian tinggi akan memandang investasi hijau sebagai bentuk kontribusi nyata terhadap pelestarian alam (Nguyen et al., 2021; Sullivan & Mackenzie, 2018). Terdapat beberapa penelitian yang mendukung teori dan pendapat ini yaitu hasil penelitian dari Nguyen et al. (2020) dan Zhang et al. (2021) yang menyatakan bahwa kepedulian lingkungan mendorong niat investasi berkelanjutan karena investor melihat investasi tersebut sebagai cara nyata untuk berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

Hipotesis 2: Kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap niat investasi hijau Generasi Z.



2.4 Peran Mediasi Literasi Keuangan pada Hubungan *Greenwashing* dan Niat Investasi Hijau

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 1991), niat seseorang untuk berperilaku terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks investasi hijau, *greenwashing* dapat melemahkan sikap positif dan kepercayaan investor terhadap keaslian klaim keberlanjutan perusahaan (Delmas & Burbano, 2011). Namun, literasi keuangan dapat memainkan peran mediasi penting. Menurut Lusardi & Mitchell (2014), literasi keuangan adalah kemampuan memahami konsep keuangan dan membuat keputusan keuangan yang efektif. Literasi keuangan diartikan sebagai kemampuan memahami konsep, risiko, dan instrumen keuangan guna pengambilan keputusan yang benar (Lusardi & Mitchell, 2014). Seseorang dengan literasi keuangan yang tinggi dapat mengevaluasi klaim keberlanjutan secara objektif, membedakan antara *Greenwashing* dan praktik keberlanjutan yang nyata (Philippas & Avdoulas, 2021). Dengan demikian, literasi keuangan dapat mengurangi efek negatif *Greenwashing* terhadap niat investasi hijau. Teori dan pendapat diatas didukung oleh hasil penelitian dari Potrich et al (2015).

Hipotesis 3: Literasi keuangan memediasi hubungan antara greenwashing dan niat investasi hijau Generasi Z.

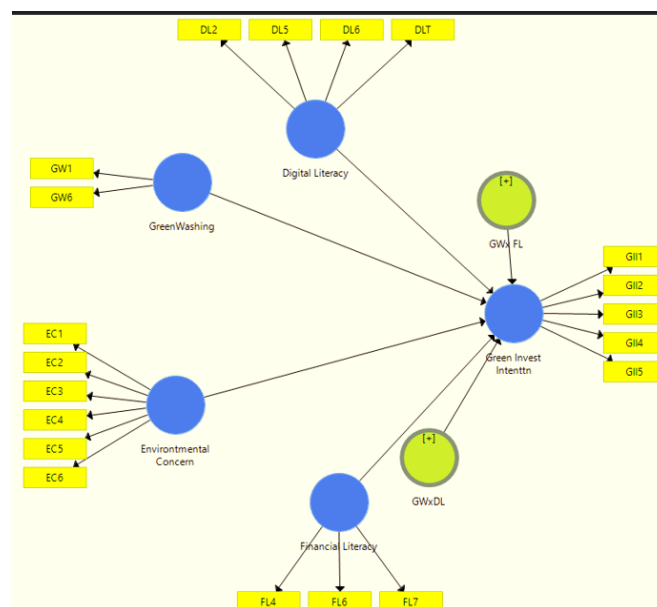
2.5 Peran Mediasi Literasi Digital pada Hubungan *Greenwashing* dan Niat Investasi Hijau

Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991), niat berperilaku ditentukan oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks investasi hijau, praktik *greenwashing* dapat menciptakan kebingungan informasi. Namun, literasi digital dapat menjadi faktor mediasi yang penting. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan teknologi, tetapi juga keterampilan kritis dalam mengevaluasi kredibilitas informasi digital. Literasi digital diartikan sebagai kemampuan mencari, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi secara efektif di lingkungan digital (Rheingold, 2012). Dalam konteks *Greenwashing*, literasi digital memungkinkan individu memverifikasi informasi keberlanjutan, membandingkan data dari berbagai sumber, dan menghindari klaim palsu (Suparno et al., 2024). Dengan demikian, literasi digital dapat melemahkan dampak negatif *Greenwashing* terhadap niat investasi hijau.

Terdapat beberapa penelitian yang mendukung teori diatas yaitu penelitian Delmas & Burbano (2011) dan Putri & Rahmawati (2022) yang menyatakan bahwa literasi digital akan meningkatkan niat generasi muda untuk berinvestasi hijau.

Hipotesis 4: Literasi digital memediasi hubungan antara greenwashing dan niat investasi hijau Generasi Z.

2.6 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menguji hipotesis dan bertujuan untuk menguji pengaruh greenwashing dan environmental concern terhadap minat Gen Z dalam berinvestasi hijau dengan mempertimbangkan financial literacy, dan digital literacy sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa seluruh mahasiswa di Universitas Jember sebagai representative generasi Z yang berusia sekitar 13-28 tahun. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode purposive sampling dengan kriteria mahasiswa yang pernah berinvestasi dan memiliki media sosial. Sampel dalam penelitian ini didapatkan 97



responden yang datanya dapat diolah. Dalam penelitian ini, terdapat enam variabel utama yang akan diuji, yaitu *Greenwashing*, *Environmental Concern*, minat Gen Z dalam berinvestasi hijau, *Financial Literacy*, dan *Digital Literacy*. Pengujian instrumen digunakan guna memastikan variabel memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Validitas menunjukkan sejauh mana instrumen dapat mengukur konsep yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dibagi menjadi validitas isi dan validitas konstruk. Untuk menguji hubungan antar variabel, digunakan metode *Partial Least Square* (PLS) versi 4.0. PLS merupakan teknik statistik yang digunakan untuk memprediksi korelasi antara variabel laten independen dan dependen melalui indikator terkait. Pengujian dalam PLS terdiri dari *inner model* dan *outer model*. *Inner model*, atau *structural model*, digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif yang mendasari penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Universitas Jember. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria berikut yaitu:

- 1) Mahasiswa Universitas Jember
- 2) Pernah berinvestasi
- 3) Memiliki sosial media

Dari hasil survey didapatkan 97 responden.

4.2 Pengujian Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas ini merupakan suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas ini terkait dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarannya (Hartono, 2019).



Variabel	Factor Loading
GW1	0,779
GW2	0,802
GW3	0,631
GW4	0,797
GW5	0,665
GW6	0,675
EC1	0,776
EC2	0,786
EC3	0,836
EC4	0,808
EC5	0,752
EC6	0,688
GII1	0,685
GII2	0,799
GII3	0,823
GII4	0,857
GII5	0,765
GII6	0,686
DL1	0,753
DL2	0,773
DL3	0,694
DL4	0,760
DL5	0,774
DL6	0,786
DL7	0,688
FL1	0,712
FL2	0,736
FL3	0,720
FL4	0,722
FL5	0,726
FL6	0,846
FL7	0,759
GM1	0,528
GM2	0,711
GM3	0,783
GM4	0,857
GM5	0,842
GM6	0,765

Tabel 1. Uji Validitas

Pada gambar diketahui bahwa terdapat 9 indikator yang nilai *outer loading*nya dibawah 0.70. Oleh sebab itu kesembilan indikator ini harus dikeluarkan dari model penelitian.

4.2.2 Uji Reliabilitas

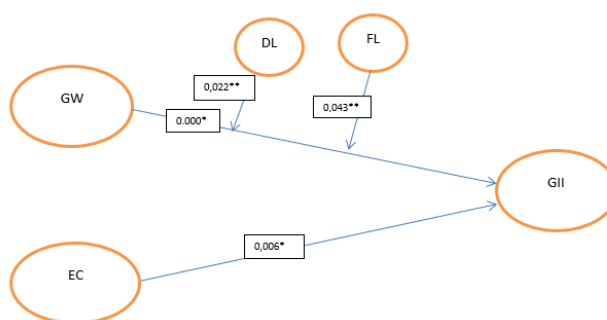
Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk memastikan alat pengukur mengukur dengan stabil dan konsisten (Hartono, 2019). Instrumen penelitian dianggap memiliki reliabilitas tinggi jika hasil beberapa kali pengukuran pada subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama,

	DL	EC	FL	GWxFL	GWxDL	GII	GW
DL	0,836						
EC	0,377	0,816					
FL	0,723	0,226	0,896				
GWxFL	-0,131	-0,310	-0,286	1,000			
GWxDL	0,000	-0,226	-0,159	0,703	1,000		
GII	0,338	0,835	0,322	-0,391	-0,277	0,851	
GW	0,113	-0,198	-0,002	0,283	0,028	-0,233	0,634

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Dari tabel di atas diketahui bahwa semua nilai *Composite Reliability* dan nilai *Cronbach's Alpha* dari konstruk yang ada bernilai di atas 0.7, ini dapat diartikan bahwa semua konstruk yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis



* $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,1$

Gambar 2. Hasil Pengujian Hipotesis



4.3 Pembahasan

4.3.1 *Greenwashing* berpengaruh negatif terhadap *Green Investment Intention* pada Generasi Z

Hipotesis 1 yang menguji hubungan *Greenwashing* terhadap *Green Investment Intention* diterima. Hal ini diartikan bahwa *Greenwashing* berpengaruh secara negative terhadap *Green Investment Intention*. Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa *Greenwashing* memiliki pengaruh negatif terhadap *Green Investment Intention*. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi individu terhadap praktik *Greenwashing* oleh suatu perusahaan, maka semakin rendah niat mereka untuk berinvestasi secara berkelanjutan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *Greenwashing* mampu menciptakan skeptisisme dan hilangnya kepercayaan terhadap produk investasi hijau.

4.3.2 *Environmental Concern* berpengaruh positif terhadap *Green Investment Intention* pada Generasi Z

Hipotesis 2 yang menguji hubungan *Environmental Concern* terhadap *Green Investment Intention* diterima. Hal ini diartikan bahwa *Environmental Concern* berpengaruh positif terhadap green investment. Hipotesis kelima (H5) menunjukkan bahwa *Environmental Concern* (EC) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat investasi hijau. hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kepedulian individu terhadap isu lingkungan, maka semakin tinggi juga kemungkinan mereka untuk mengalokasikan dana pada investasi yang berkontribusi terhadap keberlanjutan. Dalam TPB, hal ini mengindikasikan terbentuknya sikap positif terhadap perilaku investasi hijau sebagai bentuk kontribusi individu terhadap isu global seperti perubahan iklim dan degradasi lingkungan.

4.3.3 *Financial Literacy* memediasi hubungan *Greenwashing* terhadap *Green Investment Intention* pada Generasi Z

Hipotesis 3 yang menguji hubungan *Financial Literacy* memediasi hubungan *Greenwashing* terhadap *Green Investment Intention* diterima. Hal ini diartikan bahwa *Financial Literacy* dapat memediasi hubungan *Greenwashing* terhadap *Green Investment Intention* diterima. Hipotesis ketiga (H3) memperlihatkan bahwa *Financial Literacy* memediasi hubungan antara *Greenwashing* dan *Green Investment Intention*. Artinya, pemahaman individu terhadap konsep keuangan dapat membantu mereka mengevaluasi informasi secara kritis dan lebih objektif dalam menghadapi praktek



Greenwashing. *Financial Literacy* memperkuat *Perceived Behavioral Control* dalam TPB, yang mencerminkan sejauh mana individu merasa mampu mengatasi hambatan dalam berperilaku (dalam hal ini, investasi hijau). Individu dengan literasi keuangan tinggi dapat menilai secara rasional apakah suatu perusahaan benar-benar menjalankan prinsip ESG (*Environmental, Social, and Governance*) atau hanya sekadar menciptakan citra hijau palsu.

4.3.4 *Digital Literacy* memediasi hubungan *Greenwashing* terhadap *Green Investment Intention* pada Generasi Z

Hipotesis 4 yang menguji hubungan *Digital Literacy* memediasi hubungan green washing terhadap *Green Investment Intention* diterima. Hal ini diartikan bahwa *Digital Literacy* dapat memediasi hubungan *Greenwashing* terhadap *Green Investment Intention* diterima. Hipotesis keempat (H4) menunjukkan bahwa *Digital Literacy* memediasi pengaruh *Greenwashing* terhadap *Green Investment*. Artinya, kemampuan Generasi Z dalam menggunakan teknologi dan platform digital untuk mencari, memverifikasi, dan menganalisis informasi investasi memungkinkan mereka menghindari pengaruh negatif dari *Greenwashing*. *Digital Literacy* tidak hanya berkaitan dengan penggunaan media sosial atau aplikasi, tetapi juga mencakup kemampuan menilai kredibilitas informasi, mengidentifikasi sumber terpercaya, dan membandingkan berbagai produk investasi berbasis ESG.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menguji hubungan antara pengaruh *Greenwashing*, kepedulian lingkungan dengan niat investasi hijau pada Generasi Z dengan variabel literasi keuangan dan literasi digital sebagai variable *moderating*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Greenwashing* memiliki dampak negatif terhadap niat investasi hijau, karena menurunkan tingkat kepercayaan investor terhadap klaim keberlanjutan. Sebaliknya, kepedulian lingkungan berpengaruh positif dalam mendorong minat Generasi Z untuk berinvestasi pada instrumen ramah lingkungan, sejalan dengan prinsip *Theory of Planned Behavior* yang menekankan pentingnya sikap positif dalam membentuk niat berperilaku. Selain itu, literasi keuangan dan literasi digital terbukti menjadi variable moderasi yang dapat memperkuat pengambilan keputusan investasi.



REFERENSI

- Albayrak, T., Aksoy, Ş., & Caber, M. (2013). The effect of environmental concern and scepticism on green purchase behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 31(1), 27–39.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- BPS. (2023). Statistik Indonesia 2023. Badan Pusat Statistik.
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 489–500.
- De Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & da Luz Soares, G. R. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 19.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64–87.
- Echegaray, F., & Hansstein, F. V. (2017). Assessing the intention–behavior gap in electronic waste recycling: The case of Brazil. *Journal of Cleaner Production*, 142, 180–190.
- Gatti, L., Pizzetti, M., & Seele, P. (2021). Green lies and their effect on intention to invest. *Journal of Business Research*, 127, 228–240. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.028>
- Hartono, Jogyanto. 2019. *Sistem Informasi Keperilakuan*. ANDI, Yogyakarta.
- Hemdan, W., & Zhang, J. (2024). Investors' intention toward green investment: An extension of the theory of planned behavior. *International Journal of Emerging Markets*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2023-0874>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Larsson, L., Hansson, G., & Smygørd, A. (2022). The “green” generation Z: An exploratory study on how greenwashing affects consumers' attitude formation.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The means and end of greenwashing. *Organization & Environment*, 28(2), 223–249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- Nguyen, T. T., Phan, T. T. H., & Le, M. T. (2021). Factors affecting green purchase intention: The roles of environmental concern and financial literacy. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 923–933.



- Nguyen, T. N., Lobo, A., & Greenland, S. (2020). Pro-environmental purchase behaviour: The role of consumers' biospheric values, attitudes and advertising skepticism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101923.
- Pašiušienė, I., Podvieszko, A., Malakaitė, D. (2024). Exploring Generation Z's investment patterns and attitudes towards greenness. *Sustainability*, 16(1). <https://doi.org/10.3390/su16010352>
- Philippas, N. D., & Avdoulas, C. (2021). Financial literacy and financial well-being among generation-Z university students. In *Financial Literacy and Responsible Finance in the FinTech Era* (pp. 64-85). Routledge.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2015). Determinants of financial literacy: Analysis of the influence of socioeconomic and demographic variables. *Revista Contabilidade & Finanças*, 26(69), 362–377.
- Putri, A. D., & Rahmawati, I. (2022). The role of digital literacy in investment decision among young generation. *Journal of Economics and Business Education*, 10(2), 120–130.
- Rheingold, H. (2012). *Net smart: How to thrive online*. MIT Press.
- Suparno, S., Disman, D., Saptono, A., & Widhiastuti, R. (2024). Economic Education, Digital Literacy and Intention to Invest Among Students: The Mediating Role of Financial Attitudes. *International Journal of Instruction*, 17(1), 65–82.
- Sullivan, R., & Mackenzie, C. (2018). The role of environmental concern in green investment decision-making. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 8(4), 354–374. <https://doi.org/10.1080/20430795.2018.1512083>
- Tan, L. P., Johnstone, M. L., & Yang, L. (2021). Barriers to green consumption behaviours: The roles of consumers' green perceptions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102398.
- Testa, F., Iraldo, F., Vaccari, A., & Ferrari, E. (2021). Why eco-labels can be effective marketing tools: Evidence from a study on Italian consumers. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 495–505.
- Zhang, B., Wu, X., & Lin, H. (2018). Understanding the antecedents of green investment intentions: An empirical study in China. *Journal of Cleaner Production*, 171, 376–385.
- Zhang, Y., Ma, H., & Qu, H. (2021). Investor environmental concern and green investment intention: Evidence from China. *Sustainability*, 13(4), 2145.