

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, S. T., & Ignatia Martha. (2022). The Effect Of Green Advertising And Green Product On Green Purchase Intention With Green Trust As Mediation Variable On Consumers Of Water Packaging " Ades " In Surabaya. *Jurnal Mantik*, 6(36), 1291–1300.
- Adityaputra, A. T., Iresha, F. M., & Kasam. (2018). Perencanaan Pengelolaan Sampah Di Permukiman Desa Gunungpring Muntilan. *Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia, Sleman, Yogyakarta*, 1–11. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/12013>
- Agatha Diora Amara. (2021). *Eco Gender Gap: Benarkah Wanita Lebih “Hijau” Dibanding Laki-laki?* <https://waste4change.com/blog/eco-gender-gap-antara-lakilaki-dan-perempuan/>
- Agustina, R. D., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2016). Dampaknya Pada Keputusan Pembelian ( Survei pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Strata-1 Angkatan 2012 / 2013 dan 2013 / 2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Menggunakan Tisu Merek Tessa ). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 33(1), 171–179. <https://www.neliti.com/id/publications/86790/>
- Anjani, N., & Aksari, N. (2016). Pengaruh Green Advertising, Eco Brand Dan Green Trust Terhadap Perilaku Pembelian Produk Hijau Di Kota Denpasar. *None*, 5(5).
- Arseculeratne, D., & Yazdanifard, R. (2014). How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. *International Business Research*, 7(1), p130. <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n1p130>
- Budi, M. A., & Saputri, M. E. (2021). Influence Of Green Marketing And Brand Image On Ades Amdk Purchase Decisions ( Study On Consumers Of Ades Bottled Drinking Water Products In Bandung City ) Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Ades (Studi Pada Konsum. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6029–6038.
- Chin, C. L. H., Chin, C. L. H., & Wong, W. P. M. (2018). The Implementation of Green Marketing Tools in Rural Tourism: The Readiness of Tourists? *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 27(3), 261–280. <https://doi.org/10.1080/19368623.2017.1359723>
- Dahlstrom, R. (2018). *Green Marketing Management. South-Western, Cengage Learning*.

- Dewi, N. M. A. P., & Rahyuda, K. (2018). Pengaruh Alat Pemasaran Hijau Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4), 2164. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i04.p16>
- Dewi N. (2022). *Studi Literatur Penggunaan Sampah Plastik Menjadi Produk Kreatif* / Surya Dewi / *Sosial Sains Dan Teknologi*. <http://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/SOSINTEK/article/view/304>
- Grant, J. (2007). *The green marketing manifesto*. 304.
- Hasibuan. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Revisi)*. PT Bumi Aksara. 12.
- Imanuela, H. A. (2020). *Pengaruh Green Marketing Tools Terhadap Keputusan Pembelian Produk Love Beauty And Planet Di Yogyakarta*. <http://eprints.upnyk.ac.id/25165/>
- KBBI. (n.d.). *6 Arti Penyakit di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Lektur.Id. Retrieved August 13, 2022, from <https://kbbi.lektur.id/label>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing. 15 th Global Edition*. Pearson.
- SBAP (2022) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Paundan Bandung
- Martono. (2012). *Pengertian Ekolabeling dan Penerapannya pada Industri Rotan*. 1, 20.
- Mohd Noor, M. N., Masuod, M. S., Abu Said, A. M., Kamaruzaman, I. F., & Mustafa, M. A. (2016). Understanding consumers and green product purchase decision in Malaysia: A structural equation modeling - partial least square (SEM-PLS) approach. *Asian Social Science*, 12(9), 51–64. <https://doi.org/10.5539/ass.v12n9p51>
- Murti, S. ari. (2017). *Peran Kepedulian Lingkungan Dalam Mempengaruhi Sikap Terhadap Perilaku Pembelian Produk Ramah Lingkungan Dan Alat Pemasaran Hijau Sebagai Variabel Stimulus*.
- Nekmahmud, M., & Fekete-Farkas, M. (2020). Why Not Green Marketing? Determinates of Consumers' Intention to Green Purchase Decision in a New Developing Nation. *Sustainability 2020*, Vol. 12, Page 7880, 12(19), 7880. <https://doi.org/10.3390/SU12197880>
- Peter, & Olson. (2013). *[Consumer behavior & marketing strategy. Bahasa Indonesia] Perilaku konsumen & strategi pemasaran*. Salemba Empat; McGraw Hill.

- Prastiyo, Y. (2016). Pengaruh Green Marketing Tool's Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *Universitas Udayana*, 5(6), 3450–3475.
- Puspita. (2018). Indonesia Penyumbang Sampah Plastik Terbesar Kedua di Dunia. <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/08/19/21151811/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-kedua-di-dunia> In *KOMPAS.com*.
- Putranto (2014) <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i6.15170>
- Rizaty, M. A. (2021). Survei: Anak Muda Anggap Masalah Sampah Jadi Isu Lingkungan Terpenting. *Katadata.Co.Id*, September, 6. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/28/survei-anak-muda-anggap-masalah-sampah-jadi-isu-lingkungan-terpenting>
- Robbins, S. P., & Coutler, M. (2016). *Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P*, Erlangga, Jakarta.
- Royer, S.-J., Ferró, S., Wilson, S. T., & Karl, D. M. (2018). *Production of methane and ethylene from plastic in the environment*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0200574>
- Rumah.com. (2020). *10 Produk Ramah Lingkungan Terpopuler, Bisa Jadi Peluang Bisnis*. <https://www.rumah.com/panduan-properti/produk-ramah-lingkungan-29637>
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Saputri, W. E., & Lutfi, A. (2021). Analisis Green Marketing Tools terhadap Purchase Behaviour dengan Mediasi Purchase Intention pada Konsumen Milenial di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(6). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i6.15170>
- Siregar. (2018, November 21). *Paus yang Mati di Wakatobi Makan 6 Kg Sampah*. DetikNews. [https://news.detik.com/berita/d-4310628/paus-yang-mati-di-wakatobi-makan-6-kg-sampah?\\_ga=2.3365232.1135958296.1642344782-946057787.1642344782](https://news.detik.com/berita/d-4310628/paus-yang-mati-di-wakatobi-makan-6-kg-sampah?_ga=2.3365232.1135958296.1642344782-946057787.1642344782)
- Sri subekti. (2020). 1582-3117-1-SM. *Pengelolaan Sampah Kawasan Perkotaan Kendal Kabupaten Kendal*.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta*. Alfabeta.

- Suki, N. M. (2013). Green awareness effects on consumers' purchasing decision: Some insights from Malaysia. *International Journal of Asia-Pacific Studies*, 9(2), 49–63. [https://ijaps.usm.my/?page\\_id=1937](https://ijaps.usm.my/?page_id=1937)
- Top Brand Index. (2021). *Top Brand Index With Complete Category | Top Brand Award*. 2021.
- Tricahyono, H. A. (2015). *Urgensi Label Green Product Pada Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Jember*.
- Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 209.
- Wibawa, I. M. S. P., & Warmika, I. G. K. (2018). Pengaruh Green Marketing Tool's Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Produk Lampu Philips Led. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p13>
- Yusiana, R., Widodo, A., & Sumarsih, U. (2021). Integration Consumer Response during the Pandemic Covid-19 on Advertising: Perception Study on Eco Labeling and Eco Brand Products Eco Care. *Inclusive Society and Sustainability Studies*, 1(2), 45–56.
- Zekiri, H. (2015). *green promotion memediasi green packaging terhadap repurchase intention*.