

DAFTAR PUSTAKA

- Abhirama, A., Wardani, N. I. K., & Amriel, E. E. Y. (2023). Green Marketing, Lifestyle, and the Purchase Intention of Bottled Water among Generation Z. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 2(8), 3209–3220.
- Agustini, M. Y. D. H. (2019). Green Marketing - The Context of Indonesia and Philipphines. In *Lambert Academic Publishing*. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Aida, N. R., & Firdaus, F. (2023). *Tiga Pekan Kebakaran di TPA Sarimukti Tak Kunjung Padam, Pemkab Menyerah, Pemprov Gelontorkan Rp. 5,8 M*. Kompas.Com.
- Amalia, N., & Deliana, Y. (2021). Hubungan Pengetahuan Terhadap Perilaku Penggunaan Green Packaging Di Masyarakat Kota Bandung, Jawa Barat. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 38–48.
- Amaliah, Y. R., & Ekasari, A. (2020). *Integrasi Theory of Planned Behavior dan Norm Activation Theory Dalam Memprediksi Intention To Use Reusable Bag*. 746–768.
- Astini, R. (2016). Implikasi Green Brand Image, Green Satisfaction dan Green Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merk AQUA di Wilayah Serpong Utara). *Jurnal Manajemen*, 20(1), 117–132.
- Atmaja, N. P. C. D., & Utami, N. M. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Green Consumer Dalam Membeli Produk Organik. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 127–146.
- Bandung, B. P. S. K. (2021). *Produksi Sampah Menurut Jenisnya Di Kota Bandung (2020)*. Badan Pusat Statistik.
- Bandung, B. P. S. K. (2022). *Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020-2022*. Badan Pusat Statistik.
- Bandung, D. (2023). *Masih Masa Darurat Sampah, Masyarakat Kota Bandung Wajib Olah Sampah*. Portal Jabar.
- Chasanah, A. N., Jati, E. G. D., Ridho Fariz, T., & Heriyanti, A. P. (2022). Preferensi Mahasiswa UNNES dalam Penggunaan Wadah Air Minum. *Proceeing Seminar Nasional IPA XII*, 58–65.

- Chen, Y. (2010). The Drivers of Green Brand Equity : Green Brand Image , Green Satisfaction and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319.
- Chwialkowska, A. (2019). How Sustainability Influencers Drive Green Lifestyle Adoption on Social Media: The Process of Green Lifestyle Explained Through The Lenses of The Minority Influence Model and Social Learning Theory. *Management of Sustainable Development Sibiu*, 11(1), 33–42.
- Dewanti, T. R. (2018). *Pengaruh Green Brand Image Terhadap Green Trust Serta Implikasinya Terhadap Green Purchase Intention (Survei Online pada Calon Konsumen Lush Fresh Handmade Cosmetic di Indonesia)*. Universitas Brawijaya.
- Dwitari, D. M., & Kusdiby, L. (2019). Mengukur Sikap dan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Skin Care dengan Menggunakan Brand Image Merek Lokal. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 686–696.
- Ekasari, A. (2017). Intensi Pembelian Reusable Bag: Peran Social Marketing untuk Mencapai Sustainable Consumption. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(2), 119–130.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Q. Media (ed.); 1st ed., Issue June). Qiara Media.
- Haloi, S., & Kalita, S. (2020). A Study on Pro- Environmental Behaviour of High School Students. *Psychology and Education*, 57(9), 7196–7205.
- Harahap, A., Zuhriyah, A., Rahmayanti, H., & Nadiroh. (2018). Relationship Between Knowledge of Green Product, Social Impact and Perceived Value with Green Purchase Behavior. *E3S Web of Conferences*, 74(04002), 1–6.
- Harahap, R. H., Marpaung, N. Z., & Asengbaramae, R. (2023). Consumptive Behaviour of Gen-Z and Identity in the Digital Era. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 9(2), 183–192.
- Hendra, Yanti, R., Nuvriasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Setiawan, Z., Susanto, D., Harsoyo, T. D., & Syarif, R. (2023). *Green Marketing for Business : Konsep, Strategi dan Penerapan Pemasaran Hijau Perusahaan Berbagai Sektor* (April 2023, Issue June). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Herdiana, I. (2021). *Mengubah Gaya Hidup Masyarakat Menjadi Kunci dalam Menangani Darurat Sampah Kota Bandung*. Bandung Bergerak : Melihat Indonesia Dari Ibu Kota Asia Afrika.

- Huang, Y. C., Yang, M., & Wang, Y. C. (2014). Effects of Green Brand on Green Purchase Intention. *Marketing Intelligence and Planning*, 32(3), 250–268.
- Humairoh, H., Annas, M., & Rabbania, A. (2023). Gen Z : Purchase Decision on Go Green Products. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting (DIJEFA)*, 4(4), 609–615.
- Kebijakan dan Strategi Nasional Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga, Pub. L. No. 97, 1 (2017).
- Irfanita, M. Y., Listiana, E., & Juniwati. (2021). Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Pengetahuan Produk Hijau Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Tupperware Di Pontianak). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, 9(3), 165–176.
- Islamiati, D. F., & Saputra, P. P. (2021). Analisis Fenomena Tren Green Lifestyle Pada Mahasiswa Universitas Bangka Belitung. *Jurnal Studi Inovasi*, 1(2), 30–38.
- Jabar, H. (2023). *Kebakaran TPA Sarimukti Berhasil Dipadamkan*. Portal Jabar.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran : Pengolahan Data SPSS dan LISREL* (1st ed.). PT. Refika Aditama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management Global Edition. In P. Education (Ed.), *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (15th ed.).
- Lavuri, R., Jusuf, E., & Gunardi, A. (2021). Green Sustainability: Factors Fostering and Behavioural Difference Between Millennial and Gen Z: Mediating Role of Green Purchase Intention. *Ekonomia i Srodowisko*, 76(1), 8–38.
- Li, X. G., Wang, X., & Cai, Y. J. (2011). Corporate, Product and User - Image Dimensions and Purhase Intentions (The Mediating Role of Cognitive and Affective Attitudes). *Journal of Computers*, 6(9), 1875–1879.
- Li, Y., Wang, B., & Saechang, O. (2022). Is Female a More Pro-Environmental Gender? Evidence from China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(8002), 1–11.
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133–153.
- Mahanum. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 1–12.
- Maharani, Y. D. (2020). *Pengaruh Green Brand Image, Eco – Label dan Green*

Perceived Quality Terhadap Green Purchase Intention Melalui Green Trust. Universitas Negeri Semarang.

- Manongko, A. A. C. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. Yayasan Makaria waya.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Eco-Label , Eco-Brand Dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention Pada Lampu Philip LED. *Jurnal Istiqro : Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 114–125.
- Mutia, A. (2022). *10 Negara Penyumbang Sampah Plastik Terbanyak ke Laut, RI Peringkat Berapa?* Katadata Insight Center (KIC).
- Naftalia, A. S. M. C., & Suparna, G. (2017). Pengaruh Green Brand Image dan Green Perceived Value Terhadap Green Trust dan Green Brand Equity. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12), 6526–6560.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (1st ed.). Penerbit NEM.
- Osiako, P. O., Wikurendra, E. A., & Abdeljawad, N. S. (2022). Concept of Green Marketing in Environment Conservation: A Literature Review. *Environmental and Toxicology Management*, 2(September), 8–13.
- Ottman, J. A. (2017). *The New Rules of Green Marketing : Strategies, Tools and Inspiration for Sustainable Branding*. Routledge.
- Panuntun, B. P., & Arief, T. M. V. (2023). *2 Bulan Terhambat Jalan Rusak dan Alat Berat Rusak, Pengelola TPA Sarimukti : Perbaikan Tunggu Anggaran Turun*. Kompas.Com.
- Patak, M., Branska, L., & Pecinova, Z. (2021). Consumer Intention to Purchase Green Consumer Chemicals. *Sustainability*, 13(7992), 1–14.
- Poluan, J., & Karuntu, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Minat Beli Sapi Potong Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Beriman Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1075–1088.
- Pramesti, P., Cahyaningrum, Y. A. D., & Rahayu, F. (2022). Konsekuensi Dari Green Lifestyle, Product Knowledge, Dan Community. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 555–566.
- Pusparisa, Y. (2023). *Ragam Alternatif Kantong Belanja Pengganti Plastik*. Katadata Insight Center (KIC).
- Putranto, O. G. (2018). Implementasi Elemen-Elemen Desain Yang Diterapkan Pada Perancangan Desain Fashion Pakai Ulang Super Indo. *Serat Rupa*

Journal of Design, 2(2), 97–118.

- Rachma, A., Bertiyani, G., Putra, M. D. L., Ricardo, Dahlan, V. M., & Nashuha, W. (2020). *PENGGUNAAN GREEN PRODUCT PADA KONSUMEN DENGAN GREEN LIFESTYLE (Studi Kasus Pada Pengguna The Body Shop di Margo City Mall Depok)*.
- Rakhmawati, D., Puspaningrum, A., & Hadiwidjojo, D. (2019). Hubungan Green Perceived Value, Green Brand Image dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention. *IQTISHODUNA*, 15(1), 1–16.
- Ratriyana, I. (2023). Rendah Kepedulian Generasi Z Akan Lingkungan. *Tempo*.
- Ryantari, G. A. W., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Green Knowledge, Green Attitude dan Environmental Concern Berpengaruh Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2556–2575.
- Sari, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Zero Waste Lifestyle dan Green Perceived Value Terhadap Minat Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 382–388.
- Setyabudi, A. W., & Adialita, T. (2020). Pengaruh Green Product Knowledge, Green Trust Dan Perceived Price Terhadap Green Purchase Intention Konsumen AMDK Merek Aqua Dengan Botol 100% Recycled. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 174–184.
- Sholikah, Mundzir, A., Nunik, Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Ardiansyah, T. E., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Natalia, Pujiastuti, S., & Rahajeng, E. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan* (E. Sudarmanto & E. Kurniawati (eds.); 1st ed.). Penerbit Insania.
- SIPSN. (2023a). *Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah*. Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan.
- SIPSN. (2023b). *Komposisi Sampah Berdasarkan Sumber Sampah*. Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan.
- SIPSN. (2023c). *Timbulan Sampah 2022*. Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan.
- Sitio, R. P., Fitriyani, R., & Intan, A. P. (2021). Faktor Pendorong Purchase Intention Produk Sustainable Fashion pada UMKM. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 35–44.
- Sofiani, & Octariana, V. (2022). Efektifitas Promosi Staycation Hotel Menggunakan Digital Marketing dalam Mempertahankan Tingkat Hunian Kamar di Masa Pandemi Covid-19. *Destinesia Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(2), 61–67.
- Sony, A., & Ferguson, D. (2017). Unlocking Consumers' Environmental Value

- Orientations and Green Lifestyle Behaviors : A Key for Developing Green Offerings in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 9(1), 37–53.
- Sudirjo, F., Susanto, Ikhbar, S., Novita, Y., & Suprianto, G. (2023). Analysis of The Effect of Green Product Knowledge, Green Trust and Green Perceived Risk on Purchase Intention of Le Minerale Gallon Product Customers. *Community Development Journal*, 4(4), 7009–7014.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.
- Suryani, A. S. (2016). Persepsi Masyarakat dan Analisis Willingness to Pay Terhadap Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Studi di Jakarta dan Bandung. *Kajian*, 21(4), 359–376.
- Tampubolon, N. K. T. (2021). *Analisis Hubungan Green Product Knowledge, Green Awareness dan Green Lifestyle dengan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Kasus : Mahasiswa Universitas Sumatera Utara)*. Universitas Sumatera Utara.
- Veronica, & Lady. (2023). Analisis Green Purchase Intention Dengan Online Review Sebagai Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1968–1981.
- Wang, H., Ma, B., & Bai, R. (2019). How Does Green Product Knowledge Effectively Promote Green Purchase Intention? *Sustainability*, 11(1193), 1–13.
- Wiranti, N. A. (2021). Klasifikasi Shopping Motivation Konsumen Berdasarkan Store Atmosphere dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 103–113.
- Wolok, T. (2019). Green Marketing: Pemasaran dan Pembelian. In *Athra Samudra: Gorontalo* (p. 97). Athra Samudra.
- Wulandari, R., & Miswanto. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 224–242.
- Wyss, A. M., Knoch, D., & Berger, S. (2022). When and How Pro-Environmental Attitudes Turn Into Behavior: The Role of Costs, Benefits, and Self-Control. *Journal of Environmental Psychology*, 79(101748), 1–8.
- Yahya. (2022). Peran Green Marketing, Green Brand Image Terhadap Purchase Intention Dengan Green Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 1(1), 17–38.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif*:

Jurnal Ilmu Administrasi, 3(2), 96–102.

- Yulia, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Deepublish (ed.); Issue April).
- Yulianingsih, I., Zaitun, Damayanti, A., Hayati, C., & Hamid, A. R. (2020). Upaya Pengurangan Sampah Plastik dan Bentuk Kepedulian Lingkungan Melalui Kerajinan Goodie Bag. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–12.
- Yusiana, R., Widodo, A., Hidayat, A. M., & Oktaviani, P. K. (2020). Green Brand Effects on Green Purchase Intention (Life Restaurant Never Ended). *DIJMS (Dinasti International Journal of Management Science)*, 1(5), 762–768.
- Yusvita, G., Rinjani, I., Suminar, L. A., Andira, E. R., Wahyudin, & Sari, R. P. (2021). Analisis Usaha Tote Bag Ramah Lingkungan sebagai Solusi Guna Mengurangi Sampah Plastik. *Go-Integratif: Jurnal Teknik Sistem Dan Industri*, 2(1), 12–23.
- Zhang, X., & Dong, F. (2020). Why Do Consumers Make Green Purchase Decisions? Insights from a Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6607), 1–25.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.