

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimusandi, D., Sudirman, H. A., & M. (2020). The impact of green marketing and corporate social responsibility on brand image, purchase intention and purchase decision (Study on the body shop in samarinda). *European Journal of Business and Management Research*, 8(4), 249–260. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.4.2081>
- Ahamd & Zhang. (2020). Green purchase intention: Effects of electronic service quality and customer green psychology. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122053>
- Ahmad, W., Jafar, R. M. S., Waheed, A., Sun, H., & Kazmi, S. S. A. S. (2023). Determinants of CSR and green purchase intention: Mediating role of customer green psychology during COVID-19 pandemic. *Journal of Cleaner Production*, 389(December 2022), 135888. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135888>
- Alamsyah, Ardi, M., Asrib. (2022). *Pengetahuan dan Sikap Manusia Terhadap Isu Lingkungan*. 02, 1–21.
- Anang, F., & B. W. . (2018). *Pengantar Manajemen*.
- Anggry Tri Hernizar, Asep Muhamad Ramdan, F. M. (2020). ISSN : 2337-3067 *PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN BRAND AWARENESS Fakultas Ilmu Administrasi dan Humaniora Universitas Muhammadiyah PENDAHULUAN Green marketing belakangan ini menjadi gaya baru dalam pemasaran , kemunculan konsep ini terjadi di Eropa awal*. 3, 263–274.
- Ansu-Mensah, P. (2021). Green product awareness effect on green purchase intentions of university students’: an emerging market’s perspective. *Future Business Journal*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s43093-021-00094-5>
- Ariani. (2023). *Green Packaging dan Green Advertising Milo UHT terhadap Purchase Intention*. 211–223.
- Atmando. (2020). *Pengaruh Persepsi Green Product dan Green Brand Image Terhadap Green Purchase Intention pada Generasi Y di Surabaya*.
- Augtiah, I., & Susila, I. (2022). *Pengaruh green product , green advertising , dan green brand image terhadap keputusan pembelian dengan consumer attitude sebagai variabel mediasi*. 7(3).
- Augusti Gesta Nabila. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *Jurnal Kritis*, Vol. 05 No.
- Buchari Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Chaniago, C. C., & Nupus, H. N. (2021). Effect of Green Advertising, Green

Product on Purchase Decisions with Brand Image as Intervening Variable Variabel. *Indonesian Journal Of Business And Economics*, 4(1). <https://doi.org/10.25134/ijbe.v4i1.4258>

Christiani, A., Kristina, H. J., & Rahayu, P. C. (2020). Pengukuran Kinerja Lingkungan Industri di Indonesia berdasarkan Standar Industri Hijau. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 6(1), 39. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v6i1.2426.39-48>

Daft L, R. (2020). *Manajemen*.

Dakuri Ramakanth. (2023). Pengaruh Green Perceived Risk Dan Green Packaging Terhadap Green Purchase Intention Pada Produk Skincare Avoskin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2071–2084. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.305>

Dangelico&Vocalelli. (2020). green Marketing”: An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Spektrum Industri*, 21(1), 75–84. <https://doi.org/10.12928/si.v21i1.103>

Daniella Sucapane dan Caroline Roux produk. (2021). *Exploring how product descriptors and packaging colors impact consumers’ perceptions of plant-based meat alternative products*.

Eli Rahmawati, harini A. S. (2023). Pengaruh Green product Terhadap Green Purchase Intention Pada Product The Body Shop Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 5(4) 2023.

Faradilla Amaylia Niaga, Renny Dwijayanti. (2023). Pengaruh Green Product Terhadap Green Purchase Intention Produk Sukin Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 11, No.*

Fatmawati. (2023). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 678–687. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.50082>

Florentia farahrozi, Veriniti. (2020). Pengaruh Green Product terhadap Green Purchase Intention Pada Produk The Body Shop Di Kota Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 22, No.*

Giafanny Sionika, Bulan Prabawani, A. P. (2023). *PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BODY BUTTER MUSTIKA RATU* Pendahuluan. 12(2), 670–678.

Grace Margareth Ginting, Feby Aulia Safrin. (2023). Pengaruh Green Product Terhadap Green Purchase Intention Produk The Body Shop Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi, Vol 01, No.*

Griffin, E. (2019). *A First Look at Communication Theory*.

- Hadika Sofwan, C. W. (2021). *PRODUK PIJAKBUMI DI KOTA BANDUNG THE EFFECT OF GREEN PRODUCT AND GREEN PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF*. 8(5).
- Hartmann & Apaolaza-Ibáñez. (2020). *ASPEK PENENTU NIAT UNTUK MEMBELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PENGGANTI PLASTIK PADA MILENNIAL DI INDONESIA*. 1–17.
- Haws, Winterich, & N. (2020). *Melihat Dunia melalui Kacamata HIJAU: Nilai Konsumsi Hijau dan Respon terhadap Produk Ramah Lingkungan*.
- Hayuningtyas Primawati. (2020). Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 189–201. <https://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/viewFile/1210/775>
- Heri Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Hikmahtunnisa, R. S. P., & Iwan Setiawan³. (2020). *PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN ADVERTISING*. 2(September), 130–140.
- Icej Azen. (2022). *The Theory of Planned Behavior*.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surab.
- Johanes, Roza, S., & I. (2015). *Pengaruh Green Product Terhadap Brand Image Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua*.
- Kaihatu. (2022). *ood Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. *Jurnal Pendidikan Dan Anak Usia Dini*, 3(3), 41–48.
- konala Akhila. (2022). The Role of Green Packaging Mediates the Effect of Green Product on Purchase Intention of Starbucks Tumbler (Study at Starbucks GriyaSantrian). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 128–134. www.ajhssr.com
- Kotler & Armstrong. (2018). *Principle Of Marketing*.
- Kotler, P. and K. (2022). *Marketing Management*.
- Kumar. (2021). *pengaruh Green Product Terhadap Green Purcahse Intention*.
- Majidan & Sulistyowati. (2022). *Pengaruh Green Marketing dan Green Product Terhadap Green Purchase Intention Pada Alang Alang Zero Waste Shop*. 5(2), 294–305.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Mullins , john W, dan O. C. (2017). *Marketing Managemen: A Strategic Decision*

Making Approach, (8th editio).

- Nguyen M.T.T. (2020). Materialistic Values and Green Apparel Purchase Intention among Young Vietnamese Consumers. *Young Consum. Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(December 2020), 102398. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102398>
- Nuraini, R., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., Hariani, M., & Halizah, S. N. (2022). Keberlanjutan Kelestarian Lingkungan: Peran Kunci Lokus Kendali Internal dan Wawasan Lingkungan Dalam Mendorong Perilaku Pro-Lingkungan. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(3), 116–122. <https://doi.org/10.47065/tin.v3i3.4102>
- Paulus Ryan Tyo. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Merek Vicios Colony di Warehouse Store, Banjarmasin. *Jurnal Of Management*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13852>
- Praga Srivastavia. (2022). *Kampanye untuk membangun kesadaran akan dampak limbah kemasan skincare*.
- Putra & Ratnawili. (2020). Perumusan Strategy Green Product Guna. *Jpsb*, 9(2), 99–109.
- Putra, D. R., & Prasetyawati, Y. R. (2021). *PENGARUH GREEN PRODUCT TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MELALUI GREEN ADVERTISING (Studi Terhadap Konsumen Starbucks)*. 15(2), 69–74. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.69>
- Rennyta Yusiana, Arry Widodo , Agus Maolana Hidayat, prima K. O. (2020). Green product On Green Purchase Intention product The Body Shop kota Bandung. , *Jurnal Of Management Science, Vol 1, Iss*.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. K. (2021). *Management*.
- Rusniati, & Rahmawati, R. (2020). Green Product : Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal INTEKNA*, 19(1), 1–68. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>
- Sania Awalia Lutfi, I. K. (2023). The Influence Of Green product On Green Purchase Intention Product N'pure. *Journal Dynamic Management, Vol 7, No*.
- Sari. (2023). *Update Terbaru Daftar Kosmetika Berbahaya BPOM*.
- Sarinah & Mardelena. (n.d.). *Pengantar Manajemen. 2018*.
- Schiffman & Wisenblit. (2021). *Consumer Behavior*.
- Setyabudi1, A. W., & Tania Adialita. (2023). *PENGARUH GREEN PRODUCT KNOWLEDGE , GREEN TRUST DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION KONSUMEN AMDK MEREK AQUA*

DENGAN BOTOL 100 % RECYCLED.

- Sihombing, E. K., & Tobing, R. P. (2023). Pengaruh Green Product dan Service Quality Terhadap Purchase Decision pada Fore Coffee di Jakarta Pusat. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 1(2), 90–103. <https://doi.org/10.61292/eljbn.v1i2.25>
- Sitohang, P. S., Suciarto, S., & A, M. Y. D. H. (2023). *Pengaruh Greenpreneurial Orientation Terhadap Green Purchase Intention Pada Konsumen Produk Ramah Lingkungan*. 6(1).
- Sorong, S., Lopian, S. L. H. V. J., & Soepono, D. (2022). Analisis Green Marketing pada usaha Mikro Kecil dan Menengah UNSRAT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal EMBA*, 10(1), 330–339.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, Cv.
- Supandini, N. P. A., & Pramudana, K. A. S. (2020). Peran Kepedulian Pada Lingkungan Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(7), 3906–3933. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1367997&val=989&title>
- Suprihartini, L., Herdiansyah, D., & Fahrizal, M. (2022). Enrichment: Journal of Management The effects of green product knowledge, perceived price and government policy on green purchase intention in buying hybrid motor vehicles. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3730–3736.
- Syafrina. (2016). *Pengaruh Green Product (Tissue Tessa) Terhadap Keputusan Pembelian*. e proceesingod applied science.
- Thian, A. (2021). *Komunikasi Bisnis*.
- Veronica, & Lady. (2023). Green Purchase Intention Analysis With Online Review As Intervening Analisis Green Purchase Intention Dengan Online Review Sebagai Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1968–1981. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Veronika, & Wardaya, M. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Produk Ramah Lingkungan - Hapi Circle. *Seminar Nasional ENVISI 2020 : Industri Kreatif*, 129–141. www.indonesia-investments.com,
- Wang, Z. (2020). Corporate social responsibility, Green supply chain management and firm performance: The moderating role of big-data analytics capability. *Jornal of Cleanner Production*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100557>
- Waskito, J. (2015). Upaya Meningkatkan Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan Melalui Nilai, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Produk Hijau.

Etikonomi, 14(1). <https://doi.org/10.15408/etk.v14i1.2259>

- Wenti Krisnawati1, Eka Wahyu NFS2., F. D. (2020). Green Psychology Serta Brain Gym Pada Siswa-Siswi MI Ma'arif NU 05 Daun III dan SDN 2 Daun Sangkapura Gresik. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 1(1), 73–86. <http://journal.umg.ac.id/index.php/dedikasimu/article/view/1104>
- Wiranto & Adialita. (2020). Dampak Green Campaign pada Media Sosial Terhadap Green Purchase Intention Slow Fashion Product dengan Environmental Attitude sebagai Variabel Mediasi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1265. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1286>
- Y.S.Chen & Chang. (2020). The influence of greenwashing perception on green purchasing intentions: The mediating role of green word-of-mouth and moderating role of green concern. *Journal of Cleaner Production*, 187, 740–750.
- Yoga Rajasa Putra, R. Nu. (2023). *PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN BRAND IMAGE, DAN ENVIRONMENT KNOWLEDGE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION*.