

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 27–35.
- Astini, R., & Yustian K, Y. (2020). Pengaruh Product Price, Individual Personality Differences, Environmental Friendliness pada Keputusan Pembelian. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 141–149. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i1.010>
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- Collado, E., Xu, E. L., Li, H., & Cui, S. (2017). Profit maximization with customer satisfaction control for electric vehicle charging in smart grids. *AIMS Energy*, 5(3), 529–556. <https://doi.org/10.3934/energy.2017.3.529>
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1996). *Metode Penelitian Bisnis* (5 ed.). Jakarta: Erlangga.
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., & Peretiakos, R. (2006). Green products and corporate strategy: an empirical investigation. *Society and Business Review*, 1(2), 144–157. <https://doi.org/10.1108/17465680610669825>
- Elvierayani, R. R., & Choiroh, F. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Tupperware (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA). *Mandalika Mathematics and Education Journal*, 2(1), 67–75. <https://doi.org/10.29303/mandalika.v2i1.1751>
- Eneizan, B., Mohamad Alhamad, A., Bin. Mat Junoh, M. Z., & Binti Tunku Ahmad, T. S. (2019). Green Marketing Strategies: Theoretical Approach. *American Journal of Economics and Business Management*, 2(2), 77–94. <https://doi.org/10.31150/ajebm.vol2.iss2.69>
- Fajardin, M. (2022, Maret 1). *Masalah Lingkungan Hidup. Indonesia Usung 3 Isu Prioritas di EDM-CSW*. Sindonews.
- Givan, B., & Winarno, S. H. (2019). Green Product Dan Gaya Hidup Pengaruhnya pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Natural Coffee). *Jurnal Ecodemica*, 3(1). www.gaya.tempo.co
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44.
- Hasanah, N., & Handayani, W. (2020). Pengaruh Green Product, Green Advertising dan Green Trust Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Himalaya Herbals di Palapa Toserba Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 14–22. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7459>
- Jayani, D. H. (2021). *5 Alasan Konsumen Belanja Produk Ramah Lingkungan*. Databoks.katadata.

- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17 ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kristiana, I. G. A. A. D. (2018). Pengaruh Green Product, Geen Price, Green Place, dan Green Promotion Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Konsumen Air Minum Dalam Kemasan di Kabupaten Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 19–31.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kurniawan, A. S., Widowati, R., & Handayani, S. D. (2022). Integration of the Theory of Reasoned Action (TRA) on Hotel Room Repurchase Intention using Online Hotel Room Booking Applications. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 77–90. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.34935>
- Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 503–520. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006155>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113–125.
- Muhammad Khoiruman, & Stanislaus Dejan Alexandro Purba. (2020). Pengaruh Green Product, Green Price, dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Essential Oil di Rumah Atsiri Indonesia. *Kelola: Journal of Business And Management Essential Oil di Rumah Atsiri Indonesia*, 7, 46–54. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola>
- Musaroh. (2006). Theory of Trying Theory of Trying : Sebuah Teori Keperilakuan untuk Membantu Memasarkan Produk Baru. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 3(2), 60–70.
- Padmalia, M. (2018). Determinan Keputusan Pembelian Produk Green Label Berdasarkan Green Product dan Getok Tular. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2), 91–102.
- Pratama, S. (2023). *Hari Hutan Internasional 2023: Angka Hutan Indonesia*. Betahita.id.
- Puspita, R. C., & Sri Suryoko. (2017). Pengaruh Iklan, harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Social and Political*, 6(3), 1–8.
- Rahayu, L., Yusri, A., & M. Kholid, M. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 43(1), 121–131. www.ama.org

- Rahman, F., Siburian, P. S., & Noorlitaria, G. (2017). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda. *Forum Ekonomi*, 19(1), 119–130.
- Ridwan, P. (2023). *Seberapa Pentingkah Produk Ramah Lingkungan Untuk Orang Indonesia*. Goodstats.id.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen* (II). Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *Bisnis Universitas Udayana*, 6(12), 4043–4068.
- Setianingrum, Udayana, & Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Setiawan, B. (2022). *Makin Banyak Produksi Tisu Bisa Mengancam Kelestarian Lingkungan*. Tekno.tempo.co.
- Setyowati, A., Djawoto, & Soekotjo, H. (2020). Effect Of Service Marketing Mix On Hospital Selection Mediated With Brand Image On Hospital's Outpatients. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4), 1207–1214. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Statista.com. (2022). *Paper Tissues-Indonesia*. Statista .
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Moderasi*, 3(3), 165–182. <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19 ed.). Bandung: alfabeta, CV.
- Susanti, D., Wibowo, S. B., & Murwani, J. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Kulit pada Industri Kerajinan Kulit “Figha” Magetan. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 2(2), 71–83.
- Tan, C. N. L., Ojo, A. O., & Thurasamy, R. (2019). Determinants of green product buying decision among young consumers in Malaysia. *Young Consumers*, 20(2). <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0898>
- Tiwari, S., Mani Tripathi, D., Srivastava, U., & Yadav. (2011). Green Marketing-Emerging Dimensions. *Journal of Business Excellence*, 2(1), 18–23. <http://www.bioinfo.in/contents.php?id=54>
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Topbrand-award.com. (2022). *Komparasi Brand Index*. Top Brand Award.
- Tri Handayani, N. (2012). Management Analysis Journal Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection. *Management Analysis Journal*, 1(2). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>

- Veronika, & Wardaya, M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Produk Ramah Lingkungan-Hepi Circle. *Seminar Nasional Envisi: Industri Kreatif*, 129–141. www.indonesia-investments.com,
- Wahid, N., Rahbar, E., & Shwu, T. (2011). Factors Influencing the Green Purchase Behavior of Penang Environmental Volunteers. *International Business Management*, 1, 38–49.
- Wasik, J. F. (1996). *Green Marketing and management: A Global*. USA: Blackwell Publishers.
- Wijekoon, R., & Sabri, M. F. (2021). Determinants that influence green product purchase intention and behavior: A literature review and guiding framework. Dalam *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 13, Nomor 11). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/su13116219>
- Wilardjo, S. B. (2011). Theories And Success Stories of Green Marketing. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 1–20. <http://jurnal.unimus.ac.id>
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori & Strategi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.