

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Kesadaran Lingkungan (Green Awareness) Akan Keputusan Pembelian Konsumen: Literature Review. *Journal Financial, Business And Economics*, 1(2), 1-12.
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ananda, T. A. D., Monoarfa, T. A. M., & Fidhyallah, N. F. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Produk Tabir Surya Pada Generasi Z. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 323-338.
- Arsyad, A. W., Salsabila, L., Dani, D. P., Mahmudah, M., & Saputra, H. (2025). Keberlanjutan Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Industri Kecantikan: Strategi, Inovasi, Dan Perilaku Konsumen. *Star Digital Publishing*.
- Ashidiqy, A. B., Riany, M., Ardhiyansyah, A., & Febrianti, K. C. (2026). Arsitektur Perilaku Konsumen Berkelanjutan: Integrasi Edukasi, Informasi, Dan Norma Sosial. *Pt Arunika Aksa Karya*.
- Astuti, Y., & Hanum, N. (2025). Edukasi Green Marketing Untuk Meningkatkan Kesadaran Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan Dalam Upaya Mendukung Kesehatan Lingkungan: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6909-6918.
- Ellen Macarthur Foundation. (2017). A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future. *Ellen Macarthur Foundation*. <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>.
- Febriandari, S. M., & Suryati, S. (2025). Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Eco-Friendly Packaging Purchase Intention: Peran Mediasi Green Lifestyle Dan Environmental Awareness. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 1053-1066.

- Febrilly, V., & Siscawati, M. (2023). Eksploitasi Perempuan Buruh Oleh Industri Garmen: Fenomena Global Tren Pakaian Mode Cepat (Fast Fashion). *Vidya Wertha: Media Komunikasi Universitas Hindu Indonesia*, 6(1), 34-49.
- Gea, R. (2025). Model Integratif Pengaruh Green Marketing Strategy Terhadap Green Purchase Intention Dengan Green Brand Positioning Dan Attitude Toward Green Sebagai Variabel Mediasi. *Jemabd: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 194-202.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R (1st Ed.). *Springer Cham*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- Hair, J. F., Jr, Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) (3rd Ed.). *Sage Publications*.
- Harrigan, P., Evers, U., Miles, M., & Daly, T. (2017). Customer Engagement With Tourism Social Media Brands. *Tourism Management*, 59, 597–609. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.015>.
- Hijrah, L., Nuraini, S. I., Muktie, N. A., Khairunnisa, A., Mentari, D. W., & Ismi, N. (2025). Personal Shopper Dan Perilaku Konsumen Hijau Di Era Digital. *Star Digital Publishing*.
- Istiqomah, A. P., & Kussudyarsana. (2026). The effect of green product, perceived green price and environmental awareness on purchase intention. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 7(2), 926–937
- Inês Guerreiro, I., & Maria Pacheco, M. (2021). How Customer Engagement Influences Purchase Intention In Social Media Contexts. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 60, 102–110.

- Kirana, N. F. A., Rozaki, Z., Wulandari, R., & Sari, L. M. (2025). Membangun Kesadaran Konsumen Tentang Produk Ramah Lingkungan Melalui Platform Digital. *In Seminar Nasional Agribisnis (Vol. 2, No. 1, Pp. 149-154)*.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). *Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?* *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260.
- Kotler, P. (2019). *Marketing Management*. Pearson.
- Mahdani, H., Zikran, G., Kesuma, T. M., Siregar, M. R., & Ramida, M. F. (2025). Keterlibatan Produk Makanan Tradisional Dalam Membangun Loyalitas Dan Pengalaman Pelanggan. *Usk Press*.
- Mardiyono, A., Sugiyarti, G., & Nee, A. Y. H. (2026). The influence of green marketing and environmental awareness on purchase intention of environmentally friendly products through brand image as an intervening variable. *EPRA International Journal of Economics, Business and Management Studies (EBMS)*, 13(1), 105–118.
- Mukuan, P. R. J. S., Lambey, L., & Rumokoy, F. S. (2019). *A comparative analysis of consumer purchase intention in selecting online shop using analytical hierarchy process (AHP) approach*. *Jurnal EMBA*, 7(4), 4571–4580.
- Muthalib, D. A. (2025). *Pengaruh digital marketing terhadap customer engagement dan kinerja pemasaran UMKM di Kota Kendari*. *Jurnal Multidisipliner Bharasumba*, 4(04), 588–609.
- Najafabadiha, A., Wang, Y., Gholizadeh, A., Javanmardi, E., & Zameer, H. (2025). Fostering Consumer Engagement In Online Shopping: Assessment Of Environmental Video Messages In Driving Purchase Intentions Toward Green Products. *Journal Of Environmental Management*, 373, 123637.
- Nazlina, N., Hanum, D. K., Utomo, F. S., & Indrayani, R. (2025). Greenwashing Industri Fast Fashion: Komunikasi Keberlanjutan Atau Ilusi Ramah Lingkungan? *Arunika: Bunga Rampai Ilmu Komunikasi*, 55-85.

- Nguyen, T. T. H., Zhi, Y., Nguyen, N. N., Johnson, L. W., & Cao, T. K. (2019). Greenwash And Green Purchase Intention: The Mediating Role Of Green Skepticism. *Sustainability*, *11*(9), 2653. <https://doi.org/10.3390/Su11092653>.
- Octavia, C. D., & Handayani, W. P. P. (2025). Purchase Intention Produk Ramah Lingkungan: Pendekatan Theory Of Planned Behavior. *Journal Of Management And Digital Business*, *5*(2), 369-384.
- Papadopoulou, M., Papasolomou, I., & Thrassou, A. (2022). Exploring The Level Of Sustainability Awareness Among Consumers Within The Fast-Fashion Clothing Industry: A Dual Business And Consumer Perspective. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, *32*(3), 350-375.
- Pradisty, A. A., & Soepatini, S. (2025). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kecintaan Merek Yang Dimediasi Oleh Sikap Dan Kepercayaan (Studi Empiris Pada Produk Skincare Ramah Lingkungan). *Jurnal Lentera Bisnis*, *14*(2), 2039-2055.
- Purba, I. S., Syahidin, M., Ningsih, R., Burhanudin, B., & Dja'far, H. I. (2025). Dampak Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Menjadi Ecopreneur Pada Mahasiswa. *Diskusi Panel Nasional Pendidikan Matematika*, *11*.
- Putri, A., & Rosa, F. (2023). The Effect Of Environmental Awareness On Purchase Intention Toward Sustainable Products. *Journal Of Environmental Marketing And Consumer Behavior*, *8*(2), 115-128. <https://doi.org/10.0000/Jemcb.2023.002>.
- Putri, C. H., & Rosa, A. D. E. (2023). Impact Of Sustainability Awareness In Fashion On Purchase Intention: Mediating Variable Of Sustainability Commitment. *J. Bus. Manag. Soc. Stud*, *3*, 146-163.
- Rahmadania, S., Setiawan, J. H., & Putri, N. A. (2025). The Tantangan Generasi Z Dalam Menyeimbangkan Gaya Hidup Sustainable Fashion Dan Tren Fomo. *Mediasi Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, *6*(2), 148-

163.

Rahmawati, R., & Adriyanto, A. T. (2025). Peran Customer Engagement Dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Social Commerce. *Jmik: Jurnal Manajemen Dan Inovasi Kewirausahaan*, 1(1), 12-28.

Realino, D., & Parera, Y. P. P. (2025). Pengaruh Green Product, Brand Image Dan Environmental Awareness Terhadap Purchase Intention Budisun Resort Maumere. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(4), 161-179.

Setiawan, R., & Almaida, A. (2025). Fundamental Perilaku Konsumen Teori, Proses, Dan Faktor Internal. *Deepublish*.

Sitorus, E., Puspa, R., Muda, F. P., Tuhumena, W. A., Maruanaya, R. F., Andini, N., & Wijayanti, N. S. (2026). Manajemen Hubungan Pelanggan. *Cv. Edu Akademi*.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. *Bandung : Alfabeta*.

Tafiana, A. K., & Tantra, T. (2023). Pengaruh Environmental Awareness Terhadap Green Purchase Intentions Yang Dimediasi Oleh Green Beautyproduct Knowledge Dan Environmental Concerns Pada Green Beauty Product Garnier. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 147-160.

Triady, G., Chandra, K., Arfandy, R., Laurens, F., & Erwin, E. (2025). Z-Shopping Fever: Mengupas Pengaruh Magis Live Streaming Tiktok Terhadap Puschase Intention Produk Fashion Yang Diperkuat Oleh Customer Engagement. *Jimea: Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(2).

Wardani, S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis Dan Konsumen Dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(2), 26-35.

Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil sensus penduduk 2020*. Di akses pada 17 Maret 2026.

Link: <https://databoks.katadata.co.id/>

Databoks. Net spending intention Gen Z Indonesia berdasarkan kategori belanja. Di akses pada 17 Maret 2026.

Link: <https://databoks.katadata.co.id/>

Katadata Insight Center. (2024). Alasan membeli produk berkelanjutan/ramah lingkungan. Di akses pada 17 Maret 2026.

Link: <https://databoks.katadata.co.id/>

Databoks. Jumlah toko Uniqlo di Indonesia per tahun fiskal (2020–2024). Diakses pada 17 Maret 2026.

Link: <https://databoks.katadata.co.id/>

Uniqlo. Program Keberlanjutan RE.UNIQLO. Diakses pada 18 Januari 2025. Link: <https://www.uniqlo.com/id/>

Uniqlo. Logo Resmi Uniqlo. Diakses pada 18 Januari 2025  
Link: <https://www.uniqlo.com/id/>

Uniqlo. Informasi Perusahaan Uniqlo Indonesia. Diakses pada 18 Januari 2025  
Link: <https://www.uniqlo.com/id/>

Uniqlo. Informasi Perusahaan Uniqlo Indonesia. Diakses pada 18 Januari 2025.  
Link: <https://www.uniqlo.com/id/>