

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Risna Dwi, dkk. 2015. Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Sereta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Non-Member Tupperware di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 22, No. 2.
- Aisiah, S., Prajitno, A., Maftuch, & Ating, Y. (2018). RJOAS, 6(78), June 2018. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 6(June), 496–504.
- Aman, A.H.L., Amran H., and Zuhul H. 2012. The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable. *British Journal of Arts and Social Sciences*. Vol. 7.No. 2. pp. 145-167.
- Adialita, T. (2015). Green Marketing dan Green Consumer Behavior di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 12, 88–106.
- Andrew dan Franky Slamet, 2013. *Pengaruh Environmental Behavior Terhadap Green Purchasing Behavior Pada Anak Muda Generasi C Di Jakarta*. Universitas Tarumanagara ISBN: 978-979-636-147-2.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rienika Cipta.
- Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya, dan Efendi, 2015. *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Arlanti, E., & Suyanto, A. (2019). Analisis Kesadaran, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Tentang Lingkungan Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Green Product Cosmetics. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf

- Arseculeratne, Dinuk and Rashad Yazdanifard. 2014. How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. *International Business Research Volume: 7*. Toronto: Canadian Center of Science and Education.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior*. Edisi keenam. New York: Thomson Learning.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik (BPS) diambil dari <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 30 April 2021 pada jam 20.30 WIB.
- Banyte, J., Lina B., and Agne G. 2010. Investigation of Green Consumer Profile: A Case of Lithuanian Market of Eco-Friendly Food Products. *Economics and Management*. pp. 374-383.
- Bella, A. 2018. Dibalik kesuksesan merek cantik korea. <http://marketeers.com/dibalik-kesuksesan-merek-kecantikan-korea/>.
- Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- C. Mowen, J. dan M. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Cateora & Graham. (2007). *Pemasaran Internasional*. Salemba Empat.
- Chan, R. Y. K. (2001). *Determinants of Chinese Consumers' Green Purchase Behavior*. 18.
- Chekima, B. C., Syed Khalid Wafa, S. A. W., Igau, O. A., Chekima, S., & Sondoh, S. L. (2016). Examining green consumerism motivational drivers: Does premium price and demographics matter to green purchasing. *Journal of*

Cleaner Production, 112, 3436–3450.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.102>

Chen, Y. S. (2013). *Towards green loyalty: Driving from green perceived value, green satisfaction, and green trust. Sustainable Development*.

Choudhary, A., & Gokarn, S. (2013). Green Marketing: a Means for Sustainable Development Introduction. *International Refereed Research Journal Wwww.Researchersworld.Com*, 3(3), 26–32. www.researchersworld.com

Company Check (2021). Pendapatan The Body Shop. Diakses 26 Agustus 2021, dari <https://companycheck.co.uk/company/00949785/BODY-SHOP-LIMITED-THE/companies-house-data>

Cooper, Donald R., dan Emory, W. C. (1997). *Metode Penelitian Bisnis*. Erlangga.

Dagher, G. K., & Itani, O. (2014). *Factors Influencing Green Purchasing Behaviour: Empirical Evidence from the Lebanese Consumers. Journal of Consumer Behaviour*. 13.

Debora Indriani, I. A., Rahayu, M., & Hadiwidjojo, D. (2019). The Influence of Environmental Knowledge on Green Purchase Intention the Role of Attitude as Mediating Variable. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(2), 627. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i2.706>

Digimind (2020). Data Produk Kecantikan Terlaris Di E-Commerce. Diakses 26 Agustus 2021, dari [Data Produk Kecantikan Terlaris Di E-Commerce | DIGIMIND](#)

Efendi, Ari. et al., 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.

Fryxell G dan C. Lo. (2003). The influence of environmental knowledge and values

- on managerial behaviors on behalf of the environment: an empirical examination of managers in China. *Journal of Business Ethics*, 46.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.
- Grant, J. (2007). *Green marketing Manifesto*. John Wiley & Sons Ltd.
- Google Trends (2021). Minat Konsumen The Body Shop 5 Tahun Terakhir. Diakses 28 Agustus 2021, dari [The Body Shop - Pelajari - Google Trends](#)
- Google Trends (2021). Minat Konsumen The Body Shop 5 Tahun Terakhir. Diakses 28 Agustus 2021, dari [The Body Shop, SK-II, Laneige, Innisfree, Nature Republic - Pelajari - Google Trends](#)
- Handoko, B. S. D. dan T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen* (BPFE-Yogyakarta (ed.)).
- Haryadi, hendi. (2009). *Administrasi Perkantoran untuk Manajemen & Staf*. Transmedia Pustaka.
- Heizer, J. dan Render, B. (2006). *Operation Management* (7th ed.). Salemba Empat.
- Hong, Z., Wang, H., & Gong, Y. (2019). Green Product Design Considering Functional-product Reference. *International Journal of Production Economics*, 210, 155–168. doi: 10.1016/j.ijpe.2019.01.008
- Indriantoro, N. and B. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (1st ed.). BPFE.
- Junaedi, M. F. S. (2005). Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau : Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 189–201.
- Kata Data (2018). Gerai Retail Terpukul, The Body Shop Pacu Penjualan Online.

Diakses 26 Agustus 2021, dari [Gerai Retail Terpukul, The Body Shop Pacu Penjualan Online - Bisnis Katadata.co.id](#)

Koellner, E.C. & Tovar, L. A. . (2009). Study of Green Behavior with a Focus on Mexican Individuals. *Scientific Research, 1*.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks

Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Erlangga (ed.)).

Kussudyarsana, K., & Devi, N. Y. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN LINGKUNGAN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (Studi pada Konsumen Air Mineral ADES di Kota Klaten). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis, 10*(1), 87. <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i1.2065>

Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa, 14*(04), 33–49.

Laroche, M., Bergeron, J., and Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting Consumers Who Are Willing to pay more for Environmentally-Friendly Products. *Journal of Consumer Marketing, 18*.

Lee, K. (2011). The Green Purchase Behaviour of Hong Kong Young Consumers: The Role of Peer Influence, Local Environmental Involvement, and Concrete Environmental Knowledge. *Journal of Internasional Consumer Marketing*.

- Lozada, H. . (2000). *Ecological Sustainability and Marketing Strategy: Review and Implication*. Seton Hall University.
- Mahmoud, T. O., Ibrahim, S. B., Ali, A. H., & Bleadly, A. (2017). The Influence of Green Marketing Mix on Purchase Intention: The Mediation Role of Environmental Knowledge. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(9), 1040. <https://doi.org/10.14299/ijser.2017.09.006>
- Markplus.inc, “Zap Beauty Index 2018,” 2018.
- Mathur, L. K. Mathur, I. 2000. An Analysis of the Wealth Effect of Green Marketing Strategies, *Journal of Business Research*, 50(2), 193-200.
- Nasir, M., Saputro, E. P., & Handayani, S. (2016). Manajemen Pengelolaan Limbah Industri. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 143-149.
- Osiyo, A. K., & Samuel, H. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–9.
- Ottman J.A. (1998). "Developing Green Products: Learning From Stakeholder". *Asia Pacific Journal or Marketing and Logistics*, 10, 22–43.
- Pancoro, I. A., & Zuliestiana, D. (2018). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli pada Gerai Starbuck di Kota Bandung*. 5(2), 1886–1893.
- Paramita, N. D., & Kerti Yasa, N. N. (2015). Sikap Dalam Memediasi Hubungan Kesadaran Lingkungan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 177–185. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.177>
- Polonsky, M. J. (1994). An Introduction To Green Marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2).
- Queensland Goverment, 2002. *Green Marketing-The Competitive Advantage of*

Sustainability. www.epa.qld.gov.au/sustainableindustries

- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap Dan Niat Beli Produk Hijau “the Body Shop” Di Kota Denpasar. *Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137–166.
- Ristanti, D. E. (2018). Pengaruh Produk Yang Berwawasan Hijau Terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades. *Manajemen Bisnis*, 5(1), 2223–2249. <https://doi.org/10.22219/jmb.v5i1.5344>.
- Sasetyaningtyas, Dwi. 2019. *Sustaination: Zero Waste Bukan Hanya tentang Mengganti Sedotan Plastik*. Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Shabani, N. M. (2013). The Study of Green Consumers’ Characteristics and Available Green Sectors in The Market. *International Research Journal of Applied and Basic Science*.
- Shah, et al. (2012), "Factor Affecting Pakistan's University Student's Purchase Intention Towards Foreign Apparel Brands", *Journal of Management vol 17, 2012, 1 pp. 1-14*.
- Siringi, R. (2012). Determinants of Green Consumer Behavior of Post graduate Teach-ers. *IOSR Journal of Business Management (IOSR-JBM)*, 6(3), 19–25.
- Sugiarto. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Suaka Media.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

- Sumarwan, Ujang, A.G, Prihartono, A.W Sumarlin, D.A. Mamahit, E. Purnomo Hadi, J. Hasan, M. Ahmady, R. Wulandari, T. Haryono. 2012. Riset Pemasaran dan Konsumen,
- Supranto J. Prof dan Dr. H. Nandan Limakrisna. (2007). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Media Jakarta.
- The Body Shop Indonesia. (2021). Home: The Body Shop Indonesia. Diambil dari The Body Shop Indonesia Website: <https://www.thebodyshop.co.id>
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran 1* (2nd ed.). Andi Offset.
- Top Brand Award* (2021). *Top Brand Index Perawatan Pribadi 2021*. Diakses 02 Juni 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index?tbi_year=2021
- Top Brand Award* (2020). *Top Brand Index Perawatan Pribadi 2020*. Diakses 02 Juni 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2020
- Top Brand Award* (2019). *Top Brand Index Perawatan Pribadi 2019*. Diakses 02 Juni 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2019
- Top Brand Award* (2018). *Top Brand Index Perawatan Pribadi 2018*. Diakses 02 Juni 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2018
- Top Brand Award* (2017). *Top Brand Index Perawatan Pribadi 2017*. Diakses 02 Juni 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2017
- Top Brand Award* (2016). *Top Brand Index Perawatan Pribadi 2016*. Diakses 02

Juni 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2016

Top Brand Award (2015). *Top Brand Index Perawatan Pribadi 2015*. Diakses 02

Juni 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2015

Utami, D.S., (2016). *Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Website, dan Green Marketing terhadap Minat Beli Konsumen The Body Shop (Studi Kasus di Jakarta dan Tangerang Selatan)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia.

Wardaya, M. and V. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen produk ramah lingkungan - hepi circle*. 129–141.

Yani, M., & Astuti, M. (2016). Pengaruh Green Marketing, Lingkungan Dan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Membeli Produk Organik (Studi Pada Hero Supermarket Sidoarjo) Effect. *Prosiding FEB UMSIDA*, 336–351.

ZAP Beauty Index. (2018). Hasil survey zap beauty index terkait industri kecantikan. Retrieved from <https://www.kirani.id/hasil-survey-zap-beauty-index-terkait-industri-kecantikan/>