

DAFTAR PUSTAKA

- Amrita, N. D. A., dkk. (2024). *Green Marketing (Dunia Baru dalam Dunia Marketing)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Apriana, V. (2023). Pengaruh sikap, kepedulian lingkungan, dan kesediaan untuk membayar terhadap niat beli skincare ramah lingkungan dimoderasi eco-literacy. *Journal on Education*, 6(1).
- Ardiansyah. (2019). *Pengaruh Green Product terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik*. Jakarta: Gramedia.
- Arlanti, E., & Suyanto, A. M. A. (2019). Sikap konsumen tentang lingkungan serta pengaruhnya terhadap minat beli green product cosmetics. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(Desember).
- Arviana, N. D., Baidlowi, I., & Hidayat, M. S. (2024). Pengaruh strategi green marketing, green product, dan green brand terhadap keputusan pembelian produk kecantikan ramah lingkungan (Studi pada The Body Shop di Mojokerto). *Journal of Management and Social Sciences*, 3(3).
- Astiti, A. (2024). Implementasi green marketing terhadap sikap konsumen kosmetik alami PT. Best One Natural. *Jurnal Agriekstensia*, 23.
- Asiva, N. R. (2015). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan lingkungan, sikap lingkungan dan kesadaran lingkungan terhadap minat beli produk berkelanjutan (produk sepeda motor listrik di Kota Yogyakarta). *Jurnal*, 8(2), 6.
- Basti, K. P., Purbawati, D., & Wijayanto, A. (2024). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk face wash Biore di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2).
- Dwijayanti, R., & Rosyada, F. A. (2023). Pengaruh green marketing dan green product terhadap keputusan pembelian produk Sukin. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(3).
- Febrianti, S. Y. (2022). Pengaruh green marketing, environmental concern, dan attitude toward behavior terhadap purchase intention skincare lokal di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(3).
- Ferdinand, A. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fitriani. (2022). Pengaruh Islamic branding, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada remaja muslimah di Pekanbaru. *Jurnal Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(2).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hanifah, L., Hidayati, S., & Mutiarni. (2019). Pengaruh green product terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 32–47.
- Hernaman, H., & Hermawati, S. (2021). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare Ms Glow pada konsumen pria di Depok. *UG Jurnal*, 16(6).
- Hikmatunnisa, H., Purwanti, R. S., & Setiawan, I. (2022). Pengaruh green product dan green advertising terhadap keputusan pembelian. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(3).
- Hussain, A., Khokhar, M. F., & Asad, A. (2014). Green awareness effects on consumers' purchasing decision: A case of Pakistan. *Global Journal of Management and Business Research*, 14(6), 9–16.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Organik melalui Ecommerce*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Edisi ke-14). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lestari, A. P., Nengsih, T. A., & Sudharyati, N. (2023). Pengaruh green product dan label halal terhadap minat beli produk kecantikan Kedas Beauty masyarakat Muslim Kota Jambi. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(3), 45–60.
- Madan, P., & Pathak, V. (2014). Green marketing: A tool for sustainable development. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 6(1), 39–45.
- Manongko, A. A. Ch. (2018). *Green Marketing: Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior*. Manado: Yayasan Makaria Waya.
- Masnita Muli, C. (2024). Pengaruh green product dan green brand terhadap minat beli konsumen (Studi pada produk Tupperware di Kota Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(3).
- Maulana, R., Meutia, R., & Eka, V. (2023). Pengaruh promosi, harga, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian skincare oleh pria di Kota Langsa. *JIM: Manajerial Terapan*, 3(2).
- Mubarokhah, L., Purnomo, D., & Utomo, A. W. (2024). Pengaruh green product, green marketing, dan brand terhadap keputusan pembelian produk kecantikan. *Journal of Social Science Research*, 4(3).
- Neolaka, A. (2008). *Kesadaran Lingkungan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.

- Panji Ragatirta, L., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh atmosphere store, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi kasus di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 7(2).
- Pankaj, M., & Pathak, V. (2017). Consumer awareness and purchase intentions towards green products. *International Journal of Enhanced Research in Management & Computer Applications*, 6(4), 12–17.
- Puspitasari, A., Caselia, L., Yuliati, L. N., & Afendi, F. (2021). Pengaruh green marketing, kesadaran lingkungan dan kesehatan terhadap keputusan pembelian produk pangan organik melalui sikap. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 7(3), 713–722.
- Putra, D. R., & Prasetyawati, Y. R. (2021). Pengaruh green product terhadap minat beli ulang konsumen melalui green advertising (Studi terhadap konsumen Starbucks). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 69–74.
- Rasyid, A., Agustang, A., & Robo. (2023). Kesadaran lingkungan masyarakat dalam konsumsi produk ramah lingkungan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 7(1), 44–58.
- Santoso, I., & Fitriani, R. (2016). Green packaging, green product, green advertising, persepsi, dan minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 9(2), 147–158.
- Spurgeon, C. J., & Walker, R. F. (2003). The custody of the de Clare castles in Glamorgan and Gwent, 1262–1263. *Studia Celtica*, 37(3), 43–73.
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81–97.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suarni, W. (2024). Perilaku pro-lingkungan: Tinjauan model-model teoretik utama. *Jurnal Ilmiah*, 1(1), 247–279.
- Utama, E. A. P., & Komara, E. (2021). Faktor yang mempengaruhi minat pembelian produk ramah lingkungan (Studi kasus pada Gen Z di Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 7(3), 92.
- Vannia, D. (2024). Analisis pengaruh content marketing dan green marketing terhadap purchase decision pada brand skincare Avoksin Beauty. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(1).
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). *Minat Beli Konsumen. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Yohana, & Suasana, I. G. A. (2020). Pengaruh kesadaran lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 9(5), 1926–1945.

Yuliana, R. (2022). Analisis green produk, green marketing, dan green knowledge di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1).