

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A. (2015). Pengaruh Pengetahuan tentang Lingkungan, Sikap pada Lingkungan, dan Norma Subyektif terhadap Niat Pembelian Green Product. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*.
- Agustiningsih, Y. (2019). Pengaruh Green Brand Knowledge Dan Attitude Toward Green Brand Terhadap Green Purchase Intention Di restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir Kota Bandung Tahun 2019. *Open Library Universitas Telkom*.
- Ahmad Miftah Baiquni, A. I. (2019). The Green Purchase Intention of Tupperware Products: The Role of Green Brand Positioning. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Al-Gasawneh, J. A., & Al-Adamat, A. M. (2020). The Mediating Role of e-Word of Mouth on The Relationship between Content Marketing and Green Purchase Intention. *Management Science Letters*, 1701-1708.
- Arifin S, e. a. (2016). Factors Influencing Perceived Quality And Repurchase Intention Towards Green Products. *Procedia EconomicsFinance*, 391–396.
- Arry Widodo, R. Y. (2022). *Green Marketing Dalam Perspektif Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Augtiah, I. (2021). Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fengan Consumer Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Ums Online Jurnal*.
- Chen, Y.S. and Chang, C.H. (2012), “Enhance Green Purchase Intentions: The Roles Of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, And Green Trust”, *Management Decision*, Vol. 50 No. 3, pp. 502-520.
- Dr. Asep Kurniawan, M. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Dr. Drs. Ismail Nurdin, M. D. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Dr. Marisi Butarbutar, S. M. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Media Sains Indonesia.
- Eko Sudarmanto, d. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Eprillia, A. I. (2020). Pengaruh Online Behavior Melalui Knowledge Sharing Intention Terhadap Knowledge Sharing Behavior Pada Direktorat Digital Business PT Telekomunikasi Indoensia Tbk, Kota Bandung. *Open Library Telkom University*.
- Fahlepi, M. R. (2022). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Buying Behavior Pada Produk Innisfree Dengan Enviromental Knowledge dan Green Consumption Sebagai Variabel Mediasi. *Open Library Universitas Telkom*.

- Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Green Brand Knowledge Dan Attitude Toward Green Brand Terhadap Green Purchase Intention Pada Produk Tropicana Slim Di Kota Bandung. *Open Library Universitas Telkom*.
- Hamdan Firmansyah, d. (2022). *Teori Marketing*. Bandung: Widina.
- Himawan, E. (2019). Pengaruh Green Brand Positioning, Green Brand Attitude, Green Brand Knowledge Terhadap Green Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Huda, M. (2021). Analisis Solusi Peningkatan Green Purchase Intention Melalui Environmental Knowledge Marketing Di Kabupaten Pringsewu Tahun 2020. *Repository Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung*.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Telkonologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Indryani Indryani, N. A. (2022). *Metodologi Riset Ilmu Kebidanan*. Yayasan Kita Menulis.
- Jessica, C. C. (2022). Analisis Pengaruh Perceived Environmental Knowledge, Perceived Consumer Effectiveness, Environmental Concern, dan Green Purchase Intention dengan Mediasi Attitude Toward Green Product: Telah pada Sustainable Fashion Brand SukkhaCitta. *Bachelor Thesis thesis, Universitas Multimedia Nusantara*.
- Juhi gahlot Sarkar, A. S. (2019). Brand It Green: young Consumers' Brand Attitudes And Purchase Intention Toward Green Brand Advertising Appeals. *Young Consumers, vol. 20 no. 3*.
- Kotler, P. a. (2014). *Principle of Marketing. 14 Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kwol, V. S. (2020). Another look into the Knowledge Attitude Practice (KAP) model for food control: An investigation of the mediating role of food handlers' attitudes. *Food Control, 110, 107025*.
- Linda Wahyuningtias, Y. A. (2020). Pengaruh Green Brand Positioning Dan Green Brand Knowledge Terhadap Green Purchase Intention Melalui Sikap Green Brand Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*.
- Muhammad Talha Salam, K. T. (2021). Purchase Intention For Green Brands Among Pakistani Millennials. *Social Responsibility Journal, vol. 18 no. 3*.
- Panggabean, E. R. (2020). Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Kompetensi Karyawan Melalui Budaya Organisasi Sebagai Mediator (Studi Pada PT Telkom Indonesia Divisi Regional III Jawa Barat. *Open Libarary Univeristas Telkom*.
- Philip Kotler, K. L. (2022). *Marketing Management*. United Kingdom: Pearson.
- Prima Kusuma Oktaviani, R. Y. (2019). Pengaruh Green Brand Knowledge Dan Green Brand Positioning Terhadap Green Purchase Intention Di Restoran Kehidupan

- Tidak Pernah Berakhir Kota Bandung Tahun 2019. *Open Library Universitas Telkom*.
- Ria Karina Ginting, N. W. (2016). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Niat Membeli Produk Hijau Pada Merek “Attack” Dengan Kepedulian Lingkungan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Rianti, F. V. (2018). Pengaruh Green Product dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Innisfree di Kota Bandung. *Open Library Universitas Telkom*
- Rizky Izdihar Tristiani, D. A. (2019). Pengaruh Green Brand Positioning, Attitude Toward Green Brand dan Green Green Brand Knowledge Terhadap Green Purchase Intention Pada Motor Gesits Di Kota Jakarta. *E-Proceeding of Management*.
- Santosa, K. R. (2021). Pengaruh Green Brand Positioning, Knowledge Dan Attitude Terhadap Green Product Purchase Intention Produk Starbucks (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *UAJY's Library*.
- Sena Wahyu Purwanza, S. N. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Septiani, M. (2019). Pengaruh Green Product dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lemonilo Di Toko Organic Bandung . *Elibrary Unikom*.
- Septianizo, M. (2021). *Insight In Public Health Education And Promotion: 2021*. Fronties in Public Health.
- Sianipar, E. M. (2021). Pengaruh Green Brand Terhadap Green Purchase Intention Pada Konsumen Usaha Merge.Project. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Siti Khoiriyah, M. J. (2018). Attitude Toward Gresn Product, Willingness To Pay And Intention To Purchase. *International Journal of Business and Society, Vol. 19 S4*.
- Slamet Riyanto, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suki, N. M (2016). Green Product Purchase Intention: Impact of Green Brands, Attitude, and Knowledge. *British Food Journal*, 118(12), 2893-2910.
- Sulis Riptiono, L. Y. (2021). Attitude toward Green Product sebagai Pemediasi antara Environmental Concern, Green Brand Knowledge dan Green Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*.

- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumargo, D. (2020). Teknik Sampling. *UNJ Pres*.
- Syahputri, R. D. (2019). Pengaruh Green Brand Positioning, Gree Brand Knowledge, Attitude Toward Green Brand Dan Green Brand Equity Terhadap Green Purchase Intention (Studi Penelitian Pada Brand Innisfree). *STIE Indonesia Banking School*.
- Tiara Apriliani, D. A. (2021). Pengaruh Green Brand Image, Green Perceived Value, Green Awareness dan Green Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*.
- W, M. A. (2020). Green Purchase Intention : The Impact Of Green Brand Cosmetics (Green Brand Knoeledge, Attitude Toward Green Brand, Green Brand Equity). *Management And Sustainable Development Journal*.
- Wenny Pebrianti, M. A. (2021). The Effect of Green Brand Knowledge and Green Brand Positioning on Purchase Intention Mediated by Attitude Towards Green Brand: Study on Stainless Steel Straw Product by Zero Waste. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 12 (2) 2021, 201-214.
- Yi-Chun Huang, M. Y.-C. (2014). Effects of green brand on green purchase intention. *Emerald*.
- Yong, N. L. (2017). A Study of Factor Influencing Costumer's Purchase Intention Toward Green Vehicles: Evidence from Malaysia. *Global Business and Management Research*, 281–297.