

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Akbar, M. A., & Zuliestiana, D. A. (2019). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN GREEN PRODUCT PADA. *e-proceeding of Management*, 2251.
- Amoako, G. K., & Dzogbenuku, R. K. (2020). Do green knowledge and attitude influence the youth's green purchasing? Theori of planned behavior. *Emerald*.
- Darmawan, E. I. (2019). PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE DECISION CAT TEMBOK NIPPON PAINT. *Telkom University*.
- Dellanita, A. (2022, Juli 22). *Studi: Gen Z Terbukti Peduli pada Lingkungan dan Tidak Boros*. Diambil kembali dari Lifestyle kompas: <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/07/22/210841220/studi-gen-z-terbukti-peduli-pada-lingkungan-dan-tidak-boros?page=all>
- Firdaus, M., & Widodo, A. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN MEREK HUJAU DAN SIKAP TERHADAP MEREK HIJAU TERHADAP NIAT PEMBELIAN HIJAU PADA PRODUK TROPICANA SLIM DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS), Dilengkapi Software Smartpls 3.0, Xlstat 2014, dan WarpPLS 4.0 Edisi 4*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hana, A. (2020, Juli 14). *Love Beauty Planet Gunakan Kemasan Daur-ulang Sampah Plastik*. Diambil kembali dari swa.co.id: <https://swa.co.id/swa/trends/love-beauty-planet-gunakan-kemasan-daur-ulang-sampah-plastik>
- Hanjani, G. A. (2019). Minat Beli Konsumen: Dampak Green Brand dan Green Knowledge pada Perusahaan Nestle Indonesia. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*.
- Hasan, A. (2016). *Marketing*. Jakarta: Medpress.
- Indonesia, C. (2022, April 22). *5 Fakta Perubahan Iklim di Hari Bumi 2022: Fesyen hingga Sampah*. Diambil kembali dari cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220422130837-185-788331/5-fakta-perubahan-iklim-di-hari-bumi-2022-fesyen-hingga-sampah/1>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management 15 Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.

- Kumar, P. (2014). Factors affecting consumers' green product purchase decision. *Emerald*.
- Lu, L., Bock, D., & Joseph, M. (2013). Green marketing: what the Millennials buy. *Emerald*.
- Makarim, d. F. (2022, Juli 2022). *Waspada, Ini Dampak Perubahan Iklim pada Kesehatan Kulit*. Diambil kembali dari Halodoc.com:  
<https://www.halodoc.com/artikel/waspada-ini-dampak-perubahan-iklim-pada-kesehatan-kulit>
- Makmun, M. (2019, Juli 17). *Produk Kecantikan Ramah Lingkungan Makin Diminati*. Diambil kembali dari investor.id: <https://investor.id/lifestyle/190957/produk-kecantikan-ramah-lingkungan-makin-diminati>
- Marcelino, D. (2019). Pernana Environment Concern dalam Meningkatkan Green Purchase Intention Konsumen Nutrifood Di Bandung Dengan Green Trust Sebagai Variabel Intervening. *Telkom University*.
- Muqarrabin, A. M. (2017, Juli 17). *TEORI YANG BIASA DIGUNAKAN UNTUK MENGUKUR PERILAKU KONSUMEN – Theory of Reasoned Action*. Diambil kembali dari bbs.binus.ac.id: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/07/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/>
- Oktaviani, D. (2021). *PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOVE BEAUTY AND PLANET DI JAKARTA*. *Syntax Idea*.
- Pranita, E. (2022, 01 11). *6 Prediksi BMKG Terkait Musim dan Iklim di Indonesia Tahun 2022*. Diambil kembali dari Kompas.com:  
<https://www.kompas.com/sains/read/2022/01/11/103000823/6-prediksi-bmkg-terkait-musim-dan-iklim-di-indonesia-sepanjang-tahun-2022?page=all>
- Prima, B. (2019, Juli 17). *Unilever Indonesia (UNVR) meluncurkan Love Beauty and Planet*. Diambil kembali dari investasi.kontan.co.id:  
<https://investasi.kontan.co.id/news/unilever-indonesia-unvr-meluncurkan-love-beauty-and-planet>
- Putri, C. N. (2021, 07 27). *Di Balik Ancaman Limbah Kosmetik dan Skincare, Ini Yang Bisa Kita Lakukan*. Diambil kembali dari Kompas.com:  
<https://www.kompas.com/parapuan/read/532809004/di-balik-ancaman-limbah-skincare-dan-kosmetik-ini-yang-bisa-kita-lakukan>
- R, R. (2022, March 7). *Indonesia Hasilkan Sampah 185 Ribu Ton Per Hari, Mulai dari Wadah Skincare hingga Bubble Wrap*. Diambil kembali dari mnews:  
<https://mnews.co.id/read/fokus/indonesia-hasilkan-sampah-185-ribu-ton-per-hari-mulai-dari-wadah-skincare-hingga-bubble-wrap/>
- Ramadhani, F. (2021, Juni). *Data Penjualan Shampo Bulan Juni 2021 di Shopee: 10 Brand ini Menjuarai!* . Diambil kembali dari compas.co.id:  
<https://compas.co.id/article/data-penjualan-shampo/>
- Rangkuti, F. (2017). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ray. (2022, Februari 21). *HPSN 2022: Kang Pisman Jadi Garda Terdepan*. Diambil kembali dari bandung.go.id: <https://www.bandung.go.id/news/read/6130/hpsn-2022-kang-pisman-jadi-garda-terdepan>

- Rosa, N. (2022, Agustus 25). *10 Negara Penghasil Sampah Plastik Terbanyak di Dunia, Indonesia Nomer Berapa ?* Diambil kembali dari Detik.com:  
<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6253565/10-negara-penghasil-sampah-plastik-terbanyak-di-dunia-indonesia-nomor-berapa>
- Sabastian, E., & Yusiana, R. (2017). PERANAN GREEN PERCEIVED VALUE DALAM MENINGKATKAN GREEN PURCHASE BEHAVIOUR (STUDI KASUS PADA RESTORAN KEHIDUPAN TIDAK PERNAH BERAKHIR BANDUNG 2017). *Telkom University*.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif: Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*. Yogyakarta: Andi.
- Sharma, A. (2018). Green product attributes and green purchase behavior a theory of planned behavior perspective with omplication for circular economy. *Emerald*.
- Sinambela, L., & Sinambela, S. (2021). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Teknik dan Praktik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Sofwan, H. (2019). PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIJAKBUMI DI KOTA BANDUNG. *Telkom University*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suki, N. M. (2016). Green product purchase intention: impact of green brands, attitude, and knowledge. *Emerald*.
- Tristiani, R. I., Amanda, D., & Dharmoputro, S. (2019). PENGARUH GREEN BRAND POSITIONING, ATTITUDE TOWARD GREEN. *e-Proceeding of Management*, 357.
- Unilever. (2019, Juli 18). "*Love Beauty and Planet*" Ajak Beauty Enthusiast Lakukan #smallactsoflove untuk Kecantika Diri dan Planet Bumi. Diambil kembali dari unilever.co.id: <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2019/love-beauty-and-planet-ajak-beauty-enthusiasts/>
- Unilever Indonesia. (2021). *Laporan Berkelanjutan 2021*. Diambil kembali dari unilever.co.id:  
<https://www.unilever.co.id/files/92ui5egz/production/2b15b96d7567adc659b4bc577147524ffaa0ba37.pdf>
- Wardani, I. (2022). Analisis Pengaruh Green Brand Positioning, Attitude, Knowledge dan Perceived Value terhadap Green Product Purchase Intention pada Produk Unilever Indonesia di Kota Jakarta. *SEIKO*.
- Wibisono, D. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian: Populer & Praktis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metodelogi Penelitian Penentuan Metode Dengan Pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Bandung: PT Refika Aditama.

Wulansari, A. (2019). PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN MASYARAKAT TERHADAP. *Edu Geography-UNNES JOURNAL*.

Zonanto, P. A. (2019). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK LOVE BEAUTY AND PLANET. *Telkom University*.