

DAFTAR PUSTAKA

- Akturan, Ulun. (2018). How does greenwashing affect green branding equity and purchase intention? An empirical research. *journal Marketing Intelligence and Planning*.
- Apriliani, Tiara dan Diana Aqmala. (2021). Pengaruh Green Brand Image , Green Perceived Value , Green Awareness. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*.
- Baiquni, Ahmad Miftah dan Asmai Ishak. (2019). The green purchase intention of Tupperware products : the role of green brand positioning. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Bukhari, Asyeh & Bhatti, U. T. (2017). Factors influencing consumer ' s green product purchase decision by mediation of green brand image. *international journal of reaseach*.
- Darlius, C., dan Keni, K. (2021). The Effect of Green Brand Image, Green Advertising and Celebrity Endorsement on Purchase Intention of Green Product. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities.f*
- Darmawan, G., dan Suasana, I. G. A. K. G. 2020. Role of Green Packaging Mediates the Effect of Green Product on Purchase Intention of Starbucks Tumbler (Study at Starbucks GriyaSantrian). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 3, 128–134.
- Devi, F. K. (2021). penagruh green marketing dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen dengan minat beli sebagai variabel intervening pada konsumen starbucks di yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manaj*, 1–47.
- Dwi, Y, N, A. 2021. Pengaruh Produk Hijau, Merek Hijau dan Periklanan Hijau Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Teh Kotak Jasmine di Sragen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Elvierayani, R. R., dan Choirroh, F. 2020. Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA). *Mandalika Mathematics and Education Journal*, 67–75.
- Errichiello Oliver and Arnd Zschiesche. (2022). *Green Branding Busics, Succes Factors and Instruments Foe sustainable Brand and Innovation Management*. Springer Fachmedien Wiesbaden.Hamberg Germany.
- Ghozali, Imam. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gupta, R. K. (2021). Exploring the factors affecting purchase intention towards green packaged products of Indian consumers. *Open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License*.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hafiz, A. dan D. P. (2021). Analysis of the Effect of Attitude toward Environment , Perceived Control Behavior and Ecological Packaging on Green Purchase Intention on Packaging Drinking Water (AMDK) Brand Cleo Eco Shape. *European Journal of Business and Management Research*.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., dan Mutiarni, R. 2019. Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/ Green Product dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44.
- Hartini. (2021). Keputusan Pembelian Produk Aqua Green Marketing Di Sumbawa Besar Dilihat Dari Green Product dan Green Brand. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 1–10.
- HernizarTri Anggry eal. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Brand Awareness Fakultas Ilmu Administrasi dan Humaniora Universitas Muhammadiyah. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Hapsawati, T. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. ZAHIR Publishing, Yogyakarta.
- Himawan, Evan. 2019. Pengaruh Green Brand Positioning, Green Brand Attitude, Green Brand Knowledge Terhadap Green Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 110–116.
- Immanichi, Ghea, dan Dewi Citra Kusuma. 2020. Pengaruh Environmental Consiousness , Green Advertising , Eco- Label , dan Price Terhadap Buying Decision Green Product Pada Tupperware (Studi Pada Konsumen Generasi Milenial Jawa Barat),. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1321–1328.
- Ismail Rickt Nurrochmad dan I Nyoman Lokajaya. (2022). Kajian Dampak Faktor Green Marketing Pada Tindakan Pembelajaran Lampu Aromaterapi UKM Nabila ART Gallery Sidoarjo. *Jurnal Heuristik*.
- Kaiman, Dwi A, dan Sri Setyo Irani. 2018. Pengaruh Green Product dan Citra Perusahaan Pada Minuman Isotonik Hydro Coco Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengunjung Minimarket Wilayah Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 501–507.
- Karunarathna. et al, . 2020. Impact of Green Marketing Mix on Custome rs' Green Purchasing Intention with Special Reference to Sri Lankan Supermarkets. *South Asian Journal of Marketing*, 1(1), 127–153.

- Khabibi, Nasyarudin. 2020. Pengaruh Kemasan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Santri. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing management 15*. Pearson Prectie Hall.New Jersey
- Krishna. et.al. 2018. Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Kusuma. et al. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada member Tupperware di kota Rongkasbitung). *Jurnal Riset Dan Manajemen Bisnis Tritayasa*, 33–50.
- Laksita, Elsa, Laksmi., dan Arry Widodo. 2020. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Green Brand Sebagai Variabel Mediator Pada Pt . Nutrifood Indonesia The Effect Of Corporate Social Responsibility On Consumer Purchase Intention And Green Brand As Variable Medi. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 3686–3699.
- Lestari, Endah, R. et al. 2020. Pengaruh Green Product (Minuman Ramah Lingkungan), Green Advertising , dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Green Trust Dan Implikasi Terhadap Minat Beli The Effect of Green Product (Enviromental Friendly Drink), Green Advertising , and Environmental Co. *Jurnal TeknoEogi Pertanian*, 21(1).
- Lucas and Britt. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness*. MacGrow Hill.New York.
- Manongko, A, A, C. 2018. *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. Yayasan Makaria Waya.Minahasa Utara.
- Manongko, A, A, C. 2018. Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Organik dengan Minat Membeli Sebagai Interviening The influence of Green Marketing on the Purchase Decision of Organic Product with the Interest to Buy as Intervening in Manado, Indonesia. *Journal of Scientific Research and Management*, 1–21.
- Mauliza, Putri. 2020. Pengaruh green product, green advertising dan green brand terhadap keputusan pembelian konsumen produk tupperware di smpn beureunuen putri mauliza universitas battuta. *Jurnal Ilmiah Simantik*, 4(3), 189–197.
- Meithiana, I. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Muslihati, R. P. dan K. T. (2021). Pengaruh Health Awarness , Green Product dan

Perceived Quality Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.

- Mogaji Emmanuel., E. a. (2022). *Green marketing in emerging economies a communications perspective*. Springer International Publishing. Iwoye Nigeria
- Mustaghfiroh, Hani., dan Gunarso Wiwoho. 2021. Pengaruh Green Product, Green Brand, dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian Tupperware di Kebumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1–10.
- Na, B., Sim, M. K., and Lee, W. J. (2019). An Optimal Purchase Decision of Reusable Packaging in the Automotive Industry. *Article Sustainability*.
- Ngurah, I. G., dan Palaguna, F. 2016. Green Promotion Memediasi Green Packaging Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada AMDK ADES di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(12), 7500–7527.
- Nur, Putri. et al. 2020. Elements On Youth Purchase. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Perbankan*, 6(1), 25–35.
- Nurjanah, S. 2019. Pengaruh kemasan produk dan rasa terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian pelanggan minuman energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 65–74.
- Popovic, I., et.al. (2019). Factors Influencing Consumers ' Decision to Purchase Food in Environmentally Friendly Packaging : What Do We Know and Where Do We Go from Here. *Article Sustainability*.
- Prakash, G. et. al. (2019). Do altruistic and egoistic values influence consumers' attitudes and purchase intentions towards eco-friendly packaged products? An empirical investigation. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Purnama, H. 2019. The effect of green packaging and green advertising on brand image and purchase decision of Teh Kotak product. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 308(Insyima), 132–135.
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press. Kalimantan Timur.
- Ramesh, M. dan Samudra Rajamungkur. 2020. Impact Of Packaging On The Purchase Decision Of Consumers : A Special Reference To The Online Purchase Of Green Products. *Journal of Engineering Sciences*, 11(1), 2018–2020.
- Ratnasari, P. Y. 2017. Analisis Packaging , Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Uht Ultra Melalui Persepsi Konsumen Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta An Analysis Of The Influence Of Green Product , Green Packaging ,. *Jurnal Manajemen*, 1–22.

- Ratnawati, Y. dan S. A. (2021). Determinan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(02), 305–315.
- Ridwan. et al. 2018. Pengaruh Green Product, Green Advertising Dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Air Minum Kemasan. *Administrasibisnis.Student journal.Ub.Ac.Id*, 55(1), 80–90.
- Robert Dahlstrom. (2019). *Green Marketing Management*. Cengage Learning products.Canada
- Rosita, R. (2021). Analisis Pengaruh Green Packaging, Green Product, Green Advertising Terhadap Minat Beli Melalui Persepsi Konsumen Di Starbucks Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Rosmayanti Siti. et al. 2020. *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital* (Pertama). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Vera, Santos, et.al. (2021). Sustainable packaging: Does eating organic really make a difference on product-packaging interaction? *Journal of Cleaner Production*.
- Saputri, Ary Dewi. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian keju indrakila dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*
- Sienatra, B. K. dan E. S. E. (2021). Efek Green Marketing Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*.
- Suparna Gede. et al. 2018. Menciptakan Green Brand Personality Bagi Merek. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1, 153–166.
- Thu, Thi. et al. 2019. Greenwash and Green Purchase Intention : The Mediating Role of Green Skepticism. *Journal Sustainability*, 1–16.
- Tridiwianti, fidia dan Harti. (2021). Pengaruh Green Product Awareness dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Body Care. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Wahab, Shifa. 2018. Sustaining the Environment Through Green Marketing. *International Journal of Economic and Business Research*, 7(2), 71–77.
- Wandosell, G. et al. 2021. Green Packaging from Consumer and Business Perspectives. *Journal Sustainability*, 1–19.
- Waqar Ahmad. et al. 2021. Consumer ' S Purchasing Behaviour For Green Packaging In An Emerging Market . *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(8).

- Widiya, A. H. 2020. Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Air Minum Merek Cleo Di Kota Tarakan). *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Yahya. (2022). Peran Green Marketing , Green Brand Terhadap Purchase Dengan Green Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Yosephine Maria dan Dwi Hayu Agustini. (2019). *Green Marketing The Context of Indonesia and Philippines*. LAP LAMBERT Academic.
- Zeng, T., and Durif, F. (2019). The Influence of Consumers ' Perceived Risks towards Eco-Design Packaging upon the Purchasing Decision Process : An Exploratory Study. *Articel Sustainability*.
- Author's Guide. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus. Kudus.
- Author's Guide. (2022). Sampah plastik 2021 naik ke 11,6 juta ton, KLKH sendiri belanja online. <https://cnnindonesia.com>. diakses pada 15 Mei 2022.
- Handayani, Indah. (2021). Kepedulian masyarakat produk ramah lingkungan naik 112%. <https://investor.id>. diakses pada 15 Mei 2022.
- Karunia, Ade M.(2022). Baru 152 perusahaan terapkan industry hijau, menperin: Kalau tidak, merela ketinggalan kereta. <https://amp-com.cdn.ampproject.org>. diakses pada tanggal 16 Mei 2022.
- Prihatini, Zintan. (2021). KLKH atur pengurangan sampah oleh produsen lewat permen LHK No 75. <https://amp-kompas-com.cdn.ampproject.org>. diakses pada 16 Mei 2022.
- <https://www.ultrajaya.co.id>. Diakses pada januari 2021
- <https://www.topbrand-award.com>. Diakses pada januari 2021
- <https://www.bps.go.id>. Diakses pada maret 2021