



DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G. & K. P. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran* (1st ed.). Penerbit Prenhalindo.
- Angelina, R. (2020). *Pengaruh kelompok referensi, gaya hidup dan sikap terhadap Keputusan pembelian produk oriflame pada Masyarakat kota pekanbaru* [Skripsi]. Universitas negeri islam sultan syarif kasim riau.
- Dasut, F. Suri. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan pada konsumen muda di indonesia*. [Skripsi]. Universitas atma jaya.
- Dianti, N. R. & E. L. Paramita. (2021). *Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda*. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 12(1), 130–142.
- Faisal, S. (2007). *Format-Format penelitian Sosial*. Raja Grasindo Persada.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriani, setia febiana. (2019). *Analisis perilaku pembelian produk ramah lingkungan*
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badang Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarso, A. dan A. Kusumawati. 2017. *Pengaruh Green Advertising, Eco Brand, dan Green Trust terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Lampu Philips LED di RW 12 Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis 49(1): 169–178.
- Griffin, R. W. , & E. R. J. (2006). *Bisnis*. Erlangga.
- Hermawan. (2020). *Pengaruh motivasi dan persepsi kualitas serta sikap konsumen terhadap Keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy di samarinda* . Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
- Immanuela, H. A. (2020). *Pengaruh green marketing tools terhadap Keputusan pembelian produk love beauty and planet di yogyakarta* [Skripsi]. Universitas pembangunan nasional “vetran” yogyakarta.
- Irawan, A., & Vianney, A. (2015). *Pengaruh Green Practice terhadap Green Consumer Behavior di The Kemangi Restaurant, Hotel Santika Pandegiling Surabaya*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 3(2), 86–101.
- Jannah, P. M. & M. S. (2023). *Analisis faktor penentu Keputusan pembelian produk ramah lingkungan di kalangan generation Z di yogyakarta*. Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan, 14(7), 935–956.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Erlangga.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Junaedi, F. (2013). *Jurnalisme Penyiaran Dan Reportase Televisi*. Kencana.

Juniwati, M. Y. I. E. L. (2021). *The Effect of Environmental Awareness, Green Product Knowledge and Product Quality on Trust and The Impact on Purchasing Decisions (Study on Tupperware Product Consumers in Pontianak)*. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 9(3).
<https://doi.org/10.26418/ejme.v9i3.49216>

Kementerian PUPR (2015). *8 Kementerian akan Tandatangani Revitalisasi Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air*. Retrieved March 9, 2020, from <https://www.pu.go.id/berita/view/11540/8-kementerian-akan-tandatanganihttp://www.pu.go.id/berita/view/11540/8-kementerian-akan-tandatangani-revitalisasigerakan-nasional-kemitraan-penyelamatan-airrevitalisasigerakan-nasional-kemitraan-penyelamatan-air>.

Kencana, M. R. B. (2018). *Upaya Kementerian PUPR Genjot Pembangunan Berkelanjutan*. Retrieved November 4, 2018, from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3683681/upaya-kementerian-pupr-genjotpembangunan-berkelanjutan>.

Kotler, A., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 12, Jakarta, Erlangga. Kotler, Keller, (2008) *Manajemen Pemasaran*, Jilid, 2.

Kotler P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Millenium 2). PT Prenhallindo.

Kotler P. & A. G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (1st ed.). Erlang

Kotler P. & K. K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler P. & K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. A. K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. American Marketing Assosiation.

Kristiana, Y. (2019). *Buku Ajar Studi Ekowisata*. Penerbit Deepublish.

Lestari, N. I. (2020). *Pengaruh green awareness terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan konsumen generasi Y*. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 3(1), 3648.

Made, N., Dewi, A. P., & Rahyuda, K. (2018). *Pengaruh alat pemasaran hijau terhadap perilaku pembelian konsumen*. 7(4), 2164–2195.
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i04.p16>

Maharani, B. D. et. al. (2021). *Intensi Pembelian Produk Ramah Lingkungan Berdasar Theory of Planned Behaviour*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 182–192.

Manik. (2008). *Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Prenada Media Group.

Martono, D. (2012). *Pengertian Ekolabeling dan Penerapannya pada Industri Rotan*. *Forpro*, 1(1), 20.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Melinda, P. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen di ceria mart (Studi Kasus Ceriamart Sempur Timur)* [Skripsi]. Sekolah tinggi ilmu ekonomi Indonesia Jakarta.

Miswanto, R. W. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian green product.*

https://www.google.com/search?q=faktor+yang+mempengaruhi+keputusan+terhadap+pembelian+produk+ramah+lingkungan+di+indonesia&rlz=1C1UEAD_enID1021ID1021&oq=&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgAECMYJxjqAjJCAAQIxgnGOoCMgkIA RAjGCcY6gIyCQgCECMYJxjqAjJCAMQIxgnGOoCMgkIBBAjGCcY6gIyCQgFE CMYJxjqAjJCAYQIxgnGOoCMgkIBxAjGCcY6gLSAQkzNTgzNmowajeoAgiwAg E&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Murniawaty, I. (2019). *An Assessment of Environmental Awareness: The Role of Ethic Education.* JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora), 2(2), 225-236.

Nasution, S. L. et. al. (2020). *Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu).* Jurnal ECOBISMA, 7(1).

Neolaka, A. (2008). *Kesadaran lingkungan.* Rineka Cipta.

Nekmahmud, M., & Fekete-Farkas, M. (2020). *Why not green marketing? Determinates of consumers' intention to green purchase decision in a new developing nation.* Sustainability, 12(19), 7880.

Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi penelitian kesehatan.* . Rineka Cipta.

Ojiaku, O. C., B. E. Achi, dan V. O. Aghara. 2018. *Cognitive-Affective Predictors of Green Purchase Intentions among Health Workers in Nigeria.* Management Science Letters 8(10): 1027–1038.

Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *pengelolaan lingkungan hidup.*

Otoritas Jasa Keuangan (2016). *UU No 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.* Retrieved March 6, 2020, from <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-No.32Tahun-2009-mengenai-Perlindungan-dan-Pengelolaan-Lingkungan-Hidup.aspx>.

Peter, P. J. dan J. C. Olson. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan. Strategi Pemasaran.* Erlangga.

Pulungan, M. H. et. al. (2018). *Teknologi Pengemasan Dan Penyimpanan.* UB Press.

Riyanto, V. et. al. (2018). *Peranan Ekolabel Dalam Niat Pembelian: Suatu Studi Empiris Pada Merek The Body Shop.* Jurnal Ilmiah Manajemen, 8(3).

Sangadji, E. M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen.* ANDI.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Sarasuni, F. (2021). *Pengaruh kesadaran lingkungan dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian*. 13(2), 224–231. <http://bit.ly/kuisisionerNatur-E>
- Sari, P. (2021). *Pengaruh pengetahuan label ramah lingkungan (ecolabel) terhadap Keputusan pembelian konsumen dalam perspektif bisnis syariah (Studi Pada Konsumen Aqua di Bandar Lampung)* [Skripsi]. Universitas islam negeri raden intan .
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Penerbit Kencana.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Kencana Prenada Media.
- Sudarwanto, T. (2020). *Pengaruh iklan terhadap Keputusan pembelian fresh product yang dimediasi oleh kepercayaan di carefour rungkut surabaya*. Jurnal Universitas Negeri Surabaya.
- Sufyan (2016). *Analisis Efektivitas Iklan Produk Mobil Toyota Avanza di Kota Banda Aceh*. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretaris, 1(1), 20.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tanzel, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Teras.
- Thoifah, A. (2015). *Statisika Pendidikan dan Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Anggota IKAPI.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). ANDI.
- Utami, R., Intan, E., Putri, K., & Ekayani, M. (2017). *Dampak Ekonomi dan Lingkungan Ekspansi Perkebunan Kelapa Sawit (Studi Kasus: Desa Penyabungan, Kecamatan Merlung, Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Jambi)*. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia, 22(2), 115–126. <https://doi.org/10.18343/jipi.22.2.115>
- Utomo, A. Z. & B. M. D. (2022). *Pengaruh green marketing dalam sosialisasi “diet kantong plastik” terhadap Keputusan pembelian pada produk eco bag atau (tas belanja ramah lingkungan) alfamart melalui minat beli sebagai variable intervening (Studi pada Konsumen Alfamart di Kabupaten Pati)*. DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, 11(5), 1–15.
- Wahyuningsih, U. (2006). *Pengaruh Pembelajaran Konsep Lingkungan Model Pbi Terhadap Peningkatan Kesadaran Lingkungan Pada Siswa SMP Negerii 20 Semarang* [Skripsi].
- Wanodya, T. ratna. (2020). *Factor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian pada produk ramah lingkungan (Studi Pada Pengguna Produk “The Body Shop” Di Yogyakarta)*.
- Wibowo, F. S. (2011). *Karakteristik Konsumen Berwawasan Lingkungan Dan Hubungannya Dengan Keputusan Membeli Produk Ramah Lingkungan*. Econosains Jurnal Online Ekonomi Dan Pendidikan. <https://Doi.Org/10.21009/Econosains.0092.09>.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.