

DAFTAR PUSTAKA

- Afradila, N., & Indrawati. (2018). Faktor-faktor Pemasaran Hijau Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen (Studi pada Hotel Novotel Bandung). *Sosiohumanitas*, 2(1), 216–223.
- Arfian, A., & Yoraeni, A. (2019). Analisis Faktor Siswa Menggunakan M- Learning Dengan Metode Structural Partial Least Square. *Inti Nusa Mandiri*, 3(2), 93–98.
- Arya, P. I. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Quation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Satyagraha*, 1(2), 28–48.
- Astuti, A. D., & dkk. (2020). Kajian Pendirian Usaha Biji Plastik di Kabupaten Pati, Jawa Tengah. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 5(4), 95–112.
- Award, T. B. (2021). *Top Brand Index Kategori Produk Rumah Tangga*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Bayu, O. N., Mitariani, N. W., & Imbayani, I. G. (2019). Pengaruh Green Product dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Sensatia Botanicals. *Juima*, 5(10), 64–68.
- Boonsong, R., Tungsinpoolperm, S., & Chanplin, P. (2020). Determining The Brand Loyalty Of Bamboo Pylwood Design of Thailand: Moderating Role of The Suistainable Marketing. *Arkaralogi Mesir*, 8(1), 405–417.
- Cece, I. S. (2015). Pengaruh Brang Origin, Brand Ambassador, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *E-Jurnal Manajemen Kinerja*, 10(1), 101–110.
- Dewi, K. A., & Aksari, N. M. (2017). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 15(5), 6029–6060.
- Ekowati, T., & Saputra, M. H. (2015). Aplikasi Startegi Green Marketing Dengan Studi Kasus Beberapa Perusahaan di Indonesia. *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(8), 17–44.
- Fandy, T., & Diana, A. (2016). *Pemasaran "Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Farida, S. N., & Azizah, N. (2020). Brand Image Lverage in Gaining Sustainability Marketing: Brand Experience as the Moderator (Study on the “State Defense” Brand in the National Development University (Upn) “Veteran” East Java). *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 5(2), 218–229.
- Firanazulah, & dkk. (2021). Citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis Unmul*, 18(1), 1–9.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square (Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris) Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares (PLS), Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Ginting, R. K., & Ekawati, N. W. (2016). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Terhadap Niat Membeli Produk Hijau Pada Merek "Attack" Dengan Kepedulian Lingkungan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 2223–2249.
- Handayani, F., & Setyorini, R. (2020). Pengaruh Green Marketing Tools Terhadap Consumer Buying Decision Process (Studi pada Konsumen Produk Love Beauty and Planet Di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 19(8), 6447–6454.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 4(1), 37–44.
- Hendryadi, & Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif (Tepri dan Aplikasi pada penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Itijanto. (2005). *Aplikasi Praktis (Riset Pemasaran)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Johannes, R. S., & Ilunitedra. (2015). Pengaruh Green product Terhadap Brand Image Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua. *Digest Marketing*, 4(1), 41–48.
- Kartono, G. G., & Warmika, I. G. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Loyalty Yang dimediasi oleh Brand Image. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(2), 6473–6501.
- Khotija, S. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Sari Ayu. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 5(3), 1–12.
- Kirgiz, A. C. (2016). *Green Marketing (A case Study of The Sub-Industry in Turkey*. Inggris: Palgrave Macmillan.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran" Pendekatan Praktis"*. Yogyakarta:

Graha Ilmu.

- Lestari, E. R., & dkk. (2020). Pengaruh Green Product (Produk Ramah Lingkungan), Green Advertising, dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Green Trust dan Implikasi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 5(2), 1–10.
- Lieusbun, N. M. (2014). Hubungan antara Brand Image dan Brand Loyalty Air Mineral dalam Kemasan. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(3), 1–6.
- Logiawan, Y., & Subagio, H. (2014). Analisis Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 8(4), 1–14.
- Lumba, M. G. (2019). PERAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY DAN WILLINGNESS TO PAY PREMIUM PRICE PADA PEMBELI IPHONE DI SURABAYA. AGORA. *Agora*, 7(1), 1–7.
- Maharani, Y. D. (2020). *Pengaruh Green Brand Image, Eco-Label, dan Green Peceived Quality Terhadap Green Purchase Intention Melalui Green Trust*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Mandasari, I. C., & Sumartini, A. R. (2020). Peran Perceived Value Dalam Mmediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Loyalitas. *Jurnal Widya Manajemen*, 4(1), 1–9.
- Mardani, A. P. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Customer Relationship Management Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Viva Cosmetic di Surabaya)*. Jawa Timur: UPN Veteran.
- Mardia, Mariana, Simanjuntak, M. L., & Dkk. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan kita Menulis.
- Mardika, E. M., & Nikmah, F. (2018). Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Korta Blitar. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 285–288.
- Miran, I. (2021). The Effect Product Quality and Brand Image on Customer Loyalty : Customer Satisfaction as an Intervening Variable (an Empirical Study of Honda Motorcycle Customers in Kampar Regency). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 129–140.
- Nandaika, M. E., & Respati, N. N. (2021). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Fashion Merek Uniqlo di Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 4(5), 539–559.
- Nasional, S. I. (n.d.). *Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis*. Sipsn.

- Nerys, L. L. T., & Radito, T. A. (2019). Analisis Pengaruh Merek, Kemasan, Garansi, dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan Aqua. *JBMA*, 2(1), 45–59.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus pada PT. Astra International Tbk. Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA*, 6(3), 102–209.
- Novalina, D., Rahmidani, R., & Tasman, A. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Vaseline Hand & Body Lotion Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *EcoGen*, 8(2), 316–326.
- Okadiani, N. L., Mitariani, N. W., & Imbayani, I. G. (2019). Pengaruh Green Product Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Sensatia BotanicalS. *Juima*, 1(1), 64–68.
- Rahayu, L. M., Abdillah, Y., & Maward, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 121–131.
- Rahayu, S. (2017). Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Garuda Metalindo. *Jurnal Kreatif: Pemasaran Sumberdaya Manusia Dan Keuangan*, 4(2), 59–75.
- Rejeki, D. S., D.H, A. F., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green Marketing Pada Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Produk Ramah Lingkungan Kentucky Fried Chicken (KFC) Gerai Royal Plaza, Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 3(5), 1–7.
- Rohadi, E., Noor, S. A., & Nuzula, M. I. (2020). Analisa Hasil Klasifikasi Seminar Menggunakan Metode Statistik Deskriptif dan Inferensial (Studi Kasus Politeknik Malang). *SEMINAR INFORMATIKA APLIKATIF POLINEMA (SIAP)*, 4(2), 58–63.
- Roshan, P. A., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Celbrity Endors Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen*, 18(2), 5164–5181.
- SanjiwanI, N. M., & Suasana, I. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 20(2), 6721–6740.
- Santoso, I., & Fitriyani, R. (2016). Green Packaging, Green Product , Green Advertising, Persepsi dan Minat Beli Konsumen. *Jur. Ilm Kel. & Kons*, 16(2), 147–158.
- Saputra, I. G., & Ardani, I. G. (2017). Peran Brand Image Dalam Memmediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Corporate Reputation. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(2), 87–115.
- Sar, I. G., & Setiawan, P. Y. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Packaging

- terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan Pada Kosumen Starbucks Coffe. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 12(1), 3820–2849.
- Sawitri, I. G., & Rahanatha, G. B. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 13(1), 5276–5284.
- Setiawan, A. (2021). *Membenahi Tata Kelola Sampah Nasional*. Indonesia.go.id. <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2533/membenahi-tata-kelola-sampah-nasional>. diakses 01 Oktober 2021
- Setyaningrum, A., & Madiawati, P. N. (2017). Green Marketing Terhadap Brand Image Produk Lampu LED pHILIPS di Kota Bandung. *AGREGAT: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 164–182.
- Setyaningsih, S. (2020). *Penguatan Sumber Daya Manajemen Pendidikan Melalui Analisis Jalur (Path Analysis) & Metode SITOREM*. Bandung: Alfabeta.
- Sibagariang, S. C., & Nursanti, T. D. (2010). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Pt Bank Sinarmas. *Journal The Winners*, 4(1), 118–129.
- Simajuntak, D. C., & Purba, P. Y. (2020). Peran Mediasi Customer Satisfaction dalam Customer Experience dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 171–184.
- Sugiaro. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tupperware.co.id.(2022). tentang kami. Retrieved from <https://www.tupperware.co.id/tentang-kami>. diakses 30 januari 2022.
- Tupperware. (2021). *Katalog Produk Tupperware*. Retrieved from <https://www.tupperware.co.id/produk/katalog-brosur>. diakses 01 Oktober 2021.
- Widelia, K., Yusiana, R., & Widodo, A. (2015). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung). *Ecodemica*, 1(2), 539–550.
- Widya, I. G., & Setiawan, P. Y. (2017). Pengaruh Green marketing dan Packaging Terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan pada Konusmen Starbucks Coffe. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 3820–3849.
- Windayati, D. T., & Chrynaputra, R. D. (2020). Pengaruh Green Brand Image Terhadap Brand Loaylty yang Dimediasi Oleh Green Satisfaction. *Jurnal Perbankan Syariah*, 4(1), 100–130.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 1(1), 17–23.

Zuhdi, B., S., & Sumarno, H. (2016). Perbandingan Pendugaan Parameter Koefisien Struktural Model Melalui Sem Dan Pls-Sem. *JMA*, *1(1)*, 11–22.