

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., Nujiyatillah, S., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi. *jmpis: jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Adelia. (2023). Pengaruh Kepedulian Lingkungan dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ramah Lingkungan. *jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, 7, 151–163.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Donovan, R. J., & Rossiter, J. R. (1982). Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58(1), 34–57.
- D’Souza, C., Taghian, M., & Lamb, P. (2006). An empirical study on the influence of environmental labels on consumers. *Corporate Communications*, 11(2), 162–173. <https://doi.org/10.1108/13563280610661697>
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20, 36–51.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hossain, I., Nekmahmud, M., & Fekete-Farkas, M. (2022). How Do Environmental Knowledge, Eco-Label Knowledge, and Green Trust Impact Consumers’ Pro-Environmental Behaviour for Energy-Efficient Household Appliances? *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116513>
- Hotimah, R., & Samsudin, A. (2024). The Influence of Green Product, Green Marketing, and Green Brand Image Towards Green Purchase Intention on Sensatia Botanicals Products in Surabaya. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(2), 241–260. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i2.8238>
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi*,

- Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- Kotler dan Keller, (2003). Membangun Minat-Beli-Definisi Fakotr. Html
<http://Jurnal-sdm.bloghsptcom>. Download.Bengkalis, 15 Maret 2012
- Kristia, S. E. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok untuk Meningkatkan Minat Beli Produk UKM DM-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9. <https://covid19.go.id/>
- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (2022). Penggunaan Skala Likert untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting: Exhibition Industry 2020. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis & Mice X*, 10.
- Kusuma, jessy, & Fadli, J. (2021). Identifikasi Faktor Penentu Minat Beli Pada Produk Kecantikan Hijau. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 12, 214–221.
- Kusumastuti Hendrawan, A., Hendrawan, A., Al Gozali, U., & Maritim Nusantara Cilacap, A. (2020). *Gambaran Tingkat Pengetahuan Nelayan tentang Kesehatan dan Keselamatan Kerja* (Vol. 5, Issue 1).
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). An approach to environmental psychology. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mujahidin, A. (2020). *Pengaruh Eco-Label, Eco-Brand Dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention Pada Lampu Philip Led*. 6.
- Muli, C. M., Machmud, R., Abdussamad, Z. K., Pakaya, S. I., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Green Product dan Green Brand terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Produk Tupperware di Kota Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 220–225.
- Nguyen, T. N., Lobo, A., & Greenland, S. (2020). The influence of green brand image on green purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102–120.
- Novita, D., & Husna, N. (2020a). Peran ecolabel awareness dan green perceived quality pada purchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 85–90. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2909>
- Novita, D., & Husna, N. (2020b). Peran ecolabel awareness dan green perceived quality pada purchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 85–90. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2909>
- Polonsky, M. J. (1994). An Introduction To Green Marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.5070/g31210177>

- Pratiwi, D. Y., & Kurniawan, D. (2022). Pengaruh citra merek hijau dan label ramah lingkungan terhadap minat beli produk skincare organik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 22–34.
- Purwanto, S., Azizah, N., & Bachtiar, P. (2024). *Analisis Pengaruh Green Product dan Citra Merek terhadap Minat Beli Pada Produk “The Body Shop” di Sidoarjo*. <http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Putri, V. (2023). Mendorong Pilihan Berkelanjutan: Eco Labeling, Eco Branding, Dan Dampaknya Terhadap Green Purchase Intentions dan Consumer Behaviour. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 3.
- Quinola, A. A., & Sulhaini, S. (2024). Pengaruh Green Trust, Green Price dan Green Brand terhadap Minat Beli Produk Tas Merek Eiger di Kota Mataram. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(3), 254–272.
- Rahbar, E., & Wahid, N. A. (2011). Investigation of green marketing tools’ effect on consumers’ purchase behavior. *Business Strategy Series*, 12(2), 73–83. <https://doi.org/10.1108/17515631111114877>
- Rahman, T. N., & Widodo, A. (2020). *The Influence of Eco-Label, Eco-Brand and Environmental Advertisement on Consumer Purchase Behaviour in Ecocare Product Consumers (Study on Ecocare Products in Bandung)*.
- Rahmawati, Y., & Sunarti, S. (2020). Pengaruh eco-label terhadap minat beli produk ramah lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 1–10.
- Ramadhan, A., & Safari Tamba, R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. In *134 JURNAL ABIWARA* (Vol. 3, Issue 2). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Ramadhani, M. R., & Setiawati, D. (2022). *Analisis Strategi Eco-Branding Brodo Indonesia Melalui Proyek Lestari (Studi Kasus Pada Brodo Indonesia)*.
- Riduwan. (2010). *Belajar Mudah Penelitian: Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Sabilla, R. U., & Hendayani, R. (2022). Pengaruh Eco-Label terhadap Green Purchase. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Prentice Hall. Jakarta
- Seeta, R., & Tahir, S. (2023). The role of green marketing strategies in predicting consumer buying intentions. *Journal of Green Business Strategy*, 5(2), 45–57.
- Sende, I., Pramudita, A., Salafuddin, M., & Yunianto, E. (2020). admin,+5.+IIN+SENDE+2. *ERUDITIO*, 1, 48–62.

- Solehati, A., Pramuditha, P., Jeane Aquar Rahma, S., & Pahlawan, J. (2023). JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume XIII Nomor 2 (Oktober 2023) Eco-Brand and Customer-Based Brand Equity: Shaping Consumer Purchase Choices. *Indonesia Universitas Komputer Indonesia*, 3(59), 112–116.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Thøgersen, J. (2000). Psychological determinants of paying attention to eco-labels in purchase decisions: Model development and multinational validation. *Journal of Consumer Policy*, 23(3), 285–313. <https://doi.org/10.1023/A:1007122319675>
- Welford, R. (2000). *Corporate environmental management: Systems and strategies* (2nd ed.). Earthscan Publications Ltd.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi*.