

## DAFTAR PUSTAKA

- Agripina, A., & Santoso, D. T. (2024). Efektivitas Kampanye Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik Pada Ritel Alfamart. *Kultura. Jurnal Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 2(<https://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura/issue/view/23>), 351–367. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura/article/view/935>
- Agus, M., & Danang, S. (2025). Dampak Green Marketing, Kesadaran Lingkungan, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Ramah Lingkungan di Yogyakarta. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 2629–2643.
- Alamsyah, M. H., & Salim, M. (2024). *The influence of green perceived value and green awareness on purchasing decisions through purchase interest*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31943/gw.v15i1.642>
- Alamudi, A. Al. (2022). *Peringati Hari Bumi, Alfamart Kampanye Go Green Tanpa Kantong Plastik*. <https://sumut.idntimes.com/news/sumatera-utara/peringati-hari-bumi-alfamart-kampanye-go-green-tanpa-kantong-plastik-00-hz1ln-nc2ljk>
- Alex. (2022). *Kampanye Go Green, Alfamart Bagi-bagi Eco Bag di Pesisir Bonebol*. <https://newsnesia.id/kampanye-go-green-alfamart-bagi-bagi-eco-bag-di-pesisir-bonebol/>
- Alexander, H. B. (2023). *Kampung Sahabat Bumi, Upaya Alfamart Lestarikan Lingkungan dan Tingkatkan Ekonomi*. <https://lestari.kompas.com/read/2023/03/26/140000586/kampung-sahabat-bumi-upaya-alfamart-lestarikan-lingkungan-dan-tingkatkan>
- Alfamart. (2025). *PAPARAN PUBLIK 2025 PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK*. [https://alfamart.co.id/frontend/img/corporate/investor-area/pdf/public\\_expose\\_2025.pdf](https://alfamart.co.id/frontend/img/corporate/investor-area/pdf/public_expose_2025.pdf)
- Ammalia, N. R., & Supriyono, S. (2022). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1018–1028. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4766>
- Andayani, A. Y. ... Ningrum, N. K. (2025). Pengaruh Brand Innovativeness Dan Perceived Quality Pada Perceived Value Di Mediasi Oleh Brand Experience Pada E-Commerce Lazada Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(05), 1738–1749. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i05.37171>
- Annuralam. (2025). *Peran Tas Belanja Ramah Lingkungan dalam Mendukung Kesehatan Keluarga dan Kelestarian Lingkungan*. <https://www.kompasiana.com/annuralam9766/677aa2c634777c1c3b7ba824/peran-tas-belanja-ramah-lingkungan-dalam-mendukung-kesehatan-keluarga->

dan-kelestarian-lingkungan

- Apriliani, T., & Aqmala, D. (2021). Pengaruh Green Brand Image, Green Perceived Value, Green Awareness Dan Green Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 66–75. <https://doi.org/10.55606/jaem.v1i1.141>
- Assaukani, A. N. ... Lestari, S. P. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 137–149. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i4.544>
- Astuti, S. L., & Imaningsih, E. S. (2023). PENGARUH GREEN BRAND IMAGE, PACKAGING, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK THE BODY SHOP. *ReaserchGate*, 3(2), 210–227. [https://www.researchgate.net/publication/383846112\\_PENGARUH\\_GREEN\\_BRAND\\_IMAGE\\_PACKAGING\\_DAN\\_STORE\\_ATMOSPHERE\\_TERHADAP\\_LOYALITAS\\_PELANGGAN\\_PRODUK\\_THE\\_BODY\\_SHOP](https://www.researchgate.net/publication/383846112_PENGARUH_GREEN_BRAND_IMAGE_PACKAGING_DAN_STORE_ATMOSPHERE_TERHADAP_LOYALITAS_PELANGGAN_PRODUK_THE_BODY_SHOP)
- Aulia, U., & Hadju, V. (2024). Analisis Faktor yang Berpengaruh Terhadap Angka Timbulan Sampah. <https://doi.org/https://doi.org/10.56338/jks.v7i6.5535>
- Azzahra, N. R. ... Sholihah, D. D. (2025). DETERMINANTS OF ECO-FRIENDLY PRODUCT ADOPTION: THE ROLE OF GREEN MARKETING, ENVIRONMENTAL AWARENESS, AND PRICE PERCEPTION IN SHAPING CONSUMER DECISIONS. 8(3), 13932–13943.
- Bintang, D. P., & Wahyudi, A. (2025). Efektivitas Prinsip 3R dalam Pengelolaan Sampah Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Pengelolaan Sampah (Desa Tanjung Selamat Kecamatan Sunggal). *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 5(4), 637–659.
- BPS. (2025). Jumlah Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur, 2025. <https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZSbFRUY3ITbFpEYTNsVWNGcDZjek53YkhsNFFUMDkjMw==/penduduk-laju-pertumbuhan-penduduk-distribusi-persentase-penduduk-kepadatan-penduduk-rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-ti?yea>
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management Decision*, 50(3), 502–520. <https://doi.org/10.1108/00251741211216250>
- Damayanti, D. ... Risdiyanti, F. D. (2023). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen.
- Dewi, I. R., & Hidayah, A. A. (2024). Green Marketing dan Keputusan Pembelian Produk Organik : Pendekatan Theory of Planned Behavior. December 2024, 19–32.

- Fayad, M. R., & Hairudinor. (2024). Pengaruh Green Packaging Terhadap Green Perceived Value dan Green Perceived Risk Serta Dampaknya Pada Green Purchase Intention. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 13(2), 129–140. <https://doi.org/10.20527/mj59ht03>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat (edisi ke-10)*. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/463-Article Text-856-1-10-20220719.pdf
- Han, M. S. ... Wang, H. (2022). Consumer confidence and green purchase intention: An application of the stimulus-organism-response model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103061>
- Hardono, I. F. D., & Vildayanti, R. A. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 449–466. <https://doi.org/10.54066/jurma.v3i1.3088>
- Hastuti ... Kumalasari, F. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Organik (Studi Pada Pengguna Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Di Kabupaten Kolaka)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i4.20905>
- Hudayah, S. ... Yudaruddin, R. (2023). Green perceived value and green product purchase intention of Gen Z consumers: Moderating role of environmental concern. *Environmental Economics*, 14(2), 87–102. [https://doi.org/10.21511/ee.14\(2\).2023.07](https://doi.org/10.21511/ee.14(2).2023.07)
- Ichsan, M. (2025). Keselarasan Strategis antara Green Marketing dan Tanggung Jawab Lingkungan dalam Mewujudkan Perdagangan Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 4(1), 326–334. <https://doi.org/10.47233/jemb.v4i1.3095>
- Juliana, S., & Sijabat, R. (2023). Analysis of green marketing, green brand image, green perceived value, and environmental knowledge on green purchase decision at The Body Shop customers in Jabodetabek. *Enrichment: Journal of Management*, 13(5), 3541–3551. <https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/1791>
- Karamoy, T. S. (2022). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA MANADO*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/biemr.v2i1.154>
- Khoiruman, M., & Harsono, M. (2023). Perluasan Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Perilaku Hijau Expansion of Theory of Planned Behavior in Green Behavior Research. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 8(1), 10–26. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>
- Kirana, D. C. ... Rahmawati. (2024). Pengaruh Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Ramah Lingkungan AQUA di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis

- UNISMA Angkatan 2020). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 383–391.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*.
- Kuncahyo, B. H. (2025). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S2 Program Magister Manajemen Disusun Oleh :*
- Kusuma, I. G. N. A. G. E. T. ... Prayoga, K. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Diana Ayu Garment. *Emas*, 6(4), 860–875. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i4.6115>
- Lasmita, & Mohamad, M. (2024). Operasional Variabel dalam Penelitian Pendidikan: Teori dan Aplikasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 42925–42931.
- Latifa, D. ... Syakib Sidqi, M. (2025). Praktik Ramah Lingkungan Melalui Pengolahan Kompos Sampah Rumah Tangga Di Nagari Tanjung Pauh. *ERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 09(02), 2025–2598.
- Lestari, M. W. ... Arso, S. P. (2022). Literature Review: Green Marketing Strategy and Green Hospital to Achieve Sustainable Competitive Advantage. *International Islamic Medical Journal*, 4(1), 38–43. <https://doi.org/10.33086/iimj.v4i1.3854>
- Maharani, B. D., & Purnamarini, T. R. (2022). Aplikasi Theory of Consumption Value Terhadap Intensi Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 103–113. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v9i2.2448>
- Maharani, K. A. J., & Purwanto, S. (2024). The Influence of Green Marketing, Brand Awareness, And Lifestyle on the Purchase Decision of Aqua Life Bottled Water Products in Surabaya. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(10), 4887–4898. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i10.11148>
- Manalu, A. B., & Tyra, M. J. (2026). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN FOMO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK COKLAT DUBAI. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Manasra, M. (2025). *The Impact of Marketing Communications on Consumer Behavior in The Saudi Arabian Telecom Industry*. <https://doi.org/https://doi.org/10.19044/esj.2025.v21n34p29>
- Mulya, E. A. W., & Kusumawardhani, A. (2023). The impact of green marketing on customer purchase intention: The mediating role of customer concerns and beliefs and green brand knowledge. *Diponegoro International Journal of Business*, 6(2), 90–103. <https://doi.org/10.14710/dijb.6.2.2023.90-103>
- Mulyasari, F., & Aminah, S. (2025). The Influence of Product Attributes and Price Perceptions on Aqua Purchasing Decisions in East Surabaya. *Jurnal Ekonomi*,

- Bisnis & Entrepreneurship*, 19(1), 81–89. <https://doi.org/10.55208/3wa90y59>
- Mumtaz, N. A. ... Udriyah, U. (2025). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Keunggulan Bersaing pada Starbucks Depok. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 1042–1052. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2112>
- Murtazah, I. B., & Purwanto, S. (2024). Influence of Lifestyle, Brand Image and Perception Price Into Purchasing Decisions Brand Uniqlo in Surabaya City. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 4(2), 388–397. <https://doi.org/10.53067/ije3.v4i2.280>
- Naimah, Ri. Y. (2024). *FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH* (Issue February).
- Nguyen, X. H. ... Anh Vu, T. K. (2024). The influence of electronic word of mouth and perceived value on green purchase intention in Vietnam. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2292797>
- Nugroho, M. A. E. N., & Ambardi. (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk CLEO Studi Kasus Konsumen CLEO di Tangerang. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*, 1(3), 69–79. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i3.313>
- Nur Risqi, E. A., & Rizqiawan, H. (2023). Pengaruh Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pocky Di Surabaya Barat. *Bisnis, Dan Sosial*, 1(3), 127–137.
- Nurfatmah, W. ... Gunawan, W. H. (2024). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Sports Culture*, 15(1), 72–86. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>
- Nurhilalia, N., & Saleh, Y. (2024). The Impact of Consumer Behavior on Consumer Loyalty. *Golden Ratio of Mapping Idea and Literature Format*, 4(2), 140–153. <https://doi.org/10.52970/grmilf.v4i2.357>
- Owen, O. ... Wadyatenti. (2025). *GREEN REPURCHASE INTENTION: PERAN GREEN PERCEIVED RISK DAN GREEN PERCEIVED VALUE PADA KONSUMEN HIJAU*. 8(1), 1071–1080.
- Pradana, N. A., & Soebiantoro, U. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 514–523. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1370>
- Pradani, R. F. E., & Putri, N. P. (2025). *PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP PERCEIVED VALUE DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE BODY SHOP DI KOTA TANGERANG SELATAN*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/75728/1/Skripsi>

Nurlaila-11190150000088 %281%29.pdf

- Pramesti, A. D., & Talumantak, R. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tmlst Collective Space. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 90–97. <https://doi.org/10.69714/jg73cc77>
- Pramono, S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Bale Agung Pemalang. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(1), 90–106. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.322>
- Putra, G. N. D. D. ... Jodi, I. W. G. A. S. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI GIANYAR. *Jurnal Emas*, 6(1), 154–169.
- Putra, M. N. A. ... Pandu Firmansyah. (2024). Sampah Plastik sebagai Ancaman terhadap Lingkungan. *Aktivisme: Jurnal Ilmu Pendidikan, Politik Dan Sosial Indonesia*, 2(1), 154–165. <https://doi.org/10.62383/aktivisme.v2i1.725>
- Putri, A. K. ... Rahmawati. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Harga, Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Go Food*. 112–121.
- Ramadhan, T. ... Lumbansiantar, R. A. (2024). Kerusakan Lingkungan Hidup pada Ekosistem Ditinjau Berdasarkan Hukum. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 2(3), 01–10. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v2i3.842>
- Redjeki, F. ... Masliardi, A. (2025). *Pengaruh Green Marketing dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. <https://doi.org/https://doi.org/10.58818/ijeb.v3i2.156>
- Rivai. (2025). *Eco Bags, Tas Yang Ramah Lingkungan*. <https://pabrikgoodiebag.com/eco-bags-tas-yang-ramah-lingkungan/>
- Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). *PENGARUH GREEN MARKETING DAN GREEN PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUKIN*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p305-312>
- Rozenkowska, K. (2023). Theory of planned behavior in consumer behavior research: A systematic literature review. *International Journal of Consumer Studies*, 47(6), 2670–2700. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12970>
- Salsabillah, A. S. (2025). *Alasan Di Balik Keengganan Membawa Tas Belanja Sendiri*. <https://harian.disway.id/read/873982/alasan-di-balik-keengganan-membawa-tas-belanja-sendiri>
- Setiagraha, D. ... Muharramah, U. (2023). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Minimarket Alfamart Kota Palembang JMEEC : Journal of Management , Entrepreneur and

- Cooperative. *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(2), 82–91.
- Setiawan, A. H., & Roosdhani, M. R. (2025). *Pendapatan Produk Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Indonesia*. 9, 97–111.
- Sinaga, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2025). *Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Starbucks di Surabaya*. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v8i7.8452>
- Sitorus, A. P. (2022). Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 44–59. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Sugiyono. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sujatmiko, E. (2016). *Alfamart Lanjutkan kantong Plastik Berbayar*. <https://share.google/khIbrG1u3JTxAgCGz>
- Suparno. (2025). *Penyebab Banjir Sidoarjo Terungkap, Pemkab Perkuat Mitigasi*. [https://www-detik-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.detik.com/jatim/berita/d-8221859/penyebab-banjir-sidoarjo-terungkap-pemkab-perkuat-mitigasi/amp?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp\\_tf=Dari%251%24s&aoh=17686086404278&referrer=https%3A%2F](https://www-detik-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.detik.com/jatim/berita/d-8221859/penyebab-banjir-sidoarjo-terungkap-pemkab-perkuat-mitigasi/amp?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%251%24s&aoh=17686086404278&referrer=https%3A%2F)
- Suriani, N. ... Jailani, M. S. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*.
- Susilawati. (2023). *Setiap Tgl 20 Alfamart Sediakan Eco Bag Cantik Seharga Rp 500*. <https://beritajatim.com/setiap-tgl-20-alfamart-sediakan-eco-bag-cantik-seharga-rp-500>
- Syahadat, R. M., & Putra, R. I. S. (2022). Pemanasan Global Dan Kerusakan Lingkungan: Apakah Masih Menjadi Isu Penting Di Indonesia? *Jurnal Envirotek*, 14(1), 43–50. <https://doi.org/10.33005/envirotek.v14i1.179>
- Syaputra, Z. A., & Murtiningsih, D. (2025). Pengaruh Green Brand Image, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pizza Hut Delivery Citra 6 Di Jakarta Barat. *Journal of Science Education and Management Business*, 4(3), 596–607. <https://doi.org/10.62357/joseamb.v4i3.760>
- Utami, E. T., & Indriayu, M. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Harapan Hasil Belajar, dan Social Influence terhadap Niat Penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam Pembelajaran di SMA Negeri 1 Karanganyar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 7097–7110. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2843>

- Utomo, A. Z., & Dwiyanto, B. M. (2022). Pengaruh Green Marketing Dalam Sosialisasi “Diet Kantong Plastik” Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Eco Bag (Tas .... *Diponegoro Journal of ...*, 11, 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/36588%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/36588/28127>
- Wibowo, T. A., & Sabardini, S. E. (2024). *PENGARUH GREEN MARKETING, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN AQUA PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA*. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jemba.v3i1.7370>
- Wulandari, R., & Miswanto, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 224–242. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5139>
- Yulianingsih, Y. ... Sardju, H. (2025). The Influence of Green Knowledge and Green Perceived Value on Purchase Intention Mediated by Green Lifestyle. *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(1), 682–691. <https://doi.org/10.56442/ijble.v6i1.1080>
- Yuliyawati, Y., & Kamaluddin, M. (2021). *PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR*. XV, 48–54.
- Zumira, A., & Surtikanti, H. K. (2023). Solusi pengelolaan sampah plastik: pembuatan ecobrick di kelurahan agrowisata, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. *EcoProfit: Sustainable and Environment Business*, 1(1). <https://doi.org/10.61511/ecoprofit.v1i1.2023.140>