

## DAFTAR PUSTAKA

- Adibah, D. A., & Prabowo, B. (2024). *Pengaruh Green Product dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Produk Oriflame di Surabaya*. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 6(5), 2766–2781.
- Afriani, D., Abdillah, M. R., & Anita, R. (2024). *Pengaruh Green Marketing terhadap Intention Purchase Melalui Variabel Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*. Baseline: Jurnal Mahasiswa Magister Manajemen, 1(1), 13-23.
- Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Qadir, H., & Streimikis, J. (2023). *Effect of Green Marketing Mix, Green Customer Value, And Attitude on Green Purchase Intention: Evidence*. Environmental Science and Pollution Research, 30(5), 11473–11495.
- Akhmad, N. (2025). *Pasar Industri Kosmetik RI Tumbuh 4,73 Persen per Tahun*. TopBusiness. <https://www.topbusiness.id/116410/pasar-industri-kosmetik-ri-tumbuh-473-persen-per-tahun.html>
- Andika, J., & Nuvriasari, A. (2024). *The effect of green marketing mix, environmental awareness and green innovation on green purchase intention*. Research Horizon, 4(5), 127-138.
- Astarini, D., Pratomo, L. A., Anindit, M., Amaliah, A. Z., & Anggraeni, D. (2023). *Pengaruh green marketing terhadap purchase intention: Peran mediasi green brand image dan green brand trust*. Media Riset Bisnis & Manajemen, 23(2), 67-80.
- Aura, J., & Momongan, S. (2024, December 1). *Beautyhaul Awards 2024 sukses digelar, Somethinc dominasi dengan 4 penghargaan*. kumparanWOMAN. <https://kumparan.com/kumparanwoman/beautyhaul-awards-2024-sukses-digelar-somethinc-dominasi-dengan-4-penghargaan-241NOYv56Mv>
- Bhilare, P. (2025). *Green Premium Products Market Size, Share, Trends, Industry Analysis Report: By Product Type (Organic & Sustainable Food, Eco-Friendly Packaging Materials, Green Building Materials, Sustainable Apparel & Textiles, and others), Consumer Type, Distribution*. Polaris Market Research. <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/green-premium-products-market>
- Cahyaningrum, A. R., & Tresnawaty, Y. (2024). *Pengaruh environmental concern terhadap purchase intention pada produk skincare organik*. Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial, 8(2), 535-542.
- Djakasaputra, A., Juliana, & Pramezwary. (2025). *Small Business Marketing: Strategi Efektif untuk Usaha Kecil dan Menengah*. PT Arunika Aksa Karya.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, G. M., & Safrin, F. A. (2023). *Pengaruh Green Product, Green Promotion, dan Green Perceived Value Produk Garnier terhadap Minat Beli Milenial di Kota Medan*. Jurnal Price: Ekonomi Dan Akuntansi, 1(02), 56–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.58471/jecoa.v1i02.1693>

- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. In Sage.
- Hartanto, P., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2023). *Pengaruh Green Perceived Value (GPV) dan Green Brand Knowledge terhadap Purchase Intention to Buying Green Product Melalui Attitude Toward Purchasing Green Products*. Jurnal Manajemen Dan Organisasi, 14(1), 15-33.
- Hassan, H. M., Quader, M. S., & Aktar, S. (2022). *The Role of Perceived Value and Green Consumption Attitude on Purchase Intention of Eco-Bag: A Study on Young Consumers*. Jurnal Pengurusan, 65.
- Herawati, A. N., Adhilla, F., & Purwoko, P. (2025). *Green purchase intention: Environmental knowledge, WOM, green marketing melalui environmental attitude*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(2), 5716-5721.
- Hidayah, A. A., Iriani, S. S., & Artanti, Y. (2023). *Investigasi Komponen Green Marketing Terhadap Green Purchase Intention Produk Ukm Jawa Timur*. Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 18(2), 546-556.
- Irsalina, N., & Susilowati, H. (2023). *Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware*. Manajemen Sosial Ekonomi, 3(1), 41–51. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i1.268>
- Jannah, H., & Ismail, A. (2023). *Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Decision Dalam Menggunakan Eco Friendly Product*. Journal of Trends Economics and Accounting Research, 3(4), 390-398.
- Kosasih, F. Y., Santoso, W., & Riza, F. (2025). *Pengaruh Green Marketing terhadap Green Purchase Intention melalui Green Trust pada Produk Buku Tulis PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk*. Journal of Accounting and Finance Management, 6(4), 2277-2293.
- Liao, Y. K., Wu, W. Y., & Pham, T. T. (2020). *Examining the moderating effects of green marketing and green psychological benefits on customers' green attitude, value and purchase intention*. Sustainability, 12(18), 7461.
- Loka, O. D., & Harsoyo, T. desi. (2024). *Pengaruh Green Promotion, Green Brand Knowledge, dan Attitude Toward Green Product terhadap Green Purchase Intention pada Sustainable Fashion Merek 'Cotton Ink' pada Konsumen Generasi Z*. Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS), 4(6), 1914–1925.
- Madjidan, Loryan, N., & Sulistyowati, R. (2022). *Pengaruh Green Marketing dan Green Product terhadap Green Purchase Intention pada Alang Alang Zero Waste Shop*. Jurnal Ecogen, 5(2), 297.
- Magfiroh, N. N., & Vania, A. (2024). *We trust in green product: The impact of green marketing and packaging on purchase intention*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 5(6), 3093-3108.
- Mahardhika, D., & Suryadi, N. (2025). *Systematic Literature Review: Green Marketing and Consumer Behaviour terhadap Purchase Decision*. Journal of Economics and Business UBS, 14(6), 1530-1546.
- Majeed, M. U., Aslam, S., Murtaza, S. A., Attila, S., & Molnár, E. (2022). *Green marketing approaches and their impact on green purchase intentions: Mediating role of green brand image and consumer beliefs towards the*

- environment*. Sustainability, 14(18), 11703.
- Majeed, S., Kim, W. G., & Kim, T. (2023). *Perceived green psychological benefits and customer pro-environment behavior in the value-belief-norm theory: The moderating role of perceived green CSR*. International Journal of Hospitality Management, 113, 103502.
- Mulyani, Y. P. (2025). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Green Purchase Intention: Tinjauan Integratif Terhadap Beberapa Jenis Produk*. Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 5(4), 1074-1089.
- Mulyanie, S. D., Widodo, A., & Madiawati, P. N. (2025). *Sustainable Consumer Behavior in Emerging Markets: The Interplay of Environmental Concern, Green Marketing Strategies, and Environmental Attitude on Purchase Intention*. Organization Development Journal, 43(1).
- Muruah, I., Winarno, S. T., & Setyadi, T. (2023). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Minuman Kopi secara Online melalui Go-Food dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Kopi di Beli Kopi, Episode 24)*. Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora, 3(3), 291–300.
- Nabilah, Y., & Iriantini, D. B. (2022). *Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Love Beauty and Planet di Surabaya*. Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, 18(1), 157.
- Nasution, L. N. I. S. (2023). *Pengaruh Green Product dan Green Promotion terhadap Keputusan Pembelian Tupperware Pada Masyarakat di Kecamatan Tapian Dolok*. Universitas Medan Area.
- Nawiyah, Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). *Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia terhadap Produk Skin Care Lokal pada Tahun 2022*. ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin, 1(12). <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Nurmutia, E. (2024, October 18). *Mantap! Pendapatan brand skincare Avoskin tumbuh 40%*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20241018142511-4-580838/mantap-pendapatan-brand-skincare-avoskin-tumbuh-40>
- Oktavia, F., Puruwita, D., & Monoarfa, T. A. (2025). *Pengaruh Green Product, Green Price, dan Health Consciousness Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Attitude Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Produk Tumbler Ramah Lingkungan Di DKI Jakarta*. Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi, 2(4), 394-407.
- Pratama, M. D. A., & Wardhani, N. I. K. (2025). *The Influence of Green Marketing on Purchase Intention for BYD Electric Cars*. Jurnal Manajemen Motivasi, 21(2), 57-67.
- Putri, T. A. N. R., Lindawati, T., & Handayani, Y. I. (2023). *Pengaruh green product innovation dan green marketing terhadap brand image dalam purchase decision produk Avoskin pada konsumen di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 12(1), 47-59.
- Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). *Pengaruh Green Marketing Dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukin*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 305-312.

- Salqaura, S. A., Salqaura, S. S., & Nasution, L. N. I. S. (2024). *Analisis Green Price dan Green Place terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Kecamatan Tapan Dolok*. EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya, 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.25273/equilibrium.v12i1.18536>
- Sari, A. E. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintifc: Studi pada Pengguna Produk Skintific di Kecamatan Cibiru Kota Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Satya, I. G. N., & Panasea, I. G. N. O. (2024). *Green brand trust memediasi pengaruh green marketing terhadap green purchase decision*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 13(9), 1806-1815.
- Shafira, N., Sarma, M. M., & Johan, I. R. (2022). *Factors influencing consumer purchase decisions for aqua life Indonesia products: Analysis of ecolabel awareness, green marketing mix, and brand image*. Jurnal Manajemen & Agribisnis, 19(2), 274-274.
- Sholichah, L. F., & Mardikaningsih, R. (2024). *Analisis Pengaruh Promosi Digital, Citra Merek, dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Sandal dan Sepatu di Kepuh Kiriman Waru*. Jurnal Investasi Islam, 5(1), 637-655. <https://doi.org/https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.196>
- Silalahi, R. G., & Edward, Y. R. (2025). *Peran Green Marketing dan Environmental Attitude dalam Meningkatkan Green Purchase Intention*. Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah, 11(2), 112-129.
- Siwu, G., Tumbuan, W. J., & Rumokoy, L. J. (2023). *The Influence of Green Marketing Mix and Green Brand Awareness towards Consumer Purchase Intention at Starbucks Coffee Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 11(4), 1609-1619.
- Soegesti, D. G., Sari, D., & Oesman, Y. M. (2024). *The Effect Of Green Marketing Mix On Purchase Intention Of Ecoprint Fashion With Environmental Awareness As A Mediating Variable In Generation Z On Social Media*. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 12(4), 4225-4236.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Edisi ke-2)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.
- Suparman, A., Natika, L., Muhammad, A., & Agustin, A. P. (2025). *Pengaruh green marketing terhadap purchase intention produk Garnier pada konsumen di Kabupaten Subang*. The World of Business Administration Journal.
- Supriyono, Tirtosetianto, R. H., Barohima, B., Pratesa, D. P. M., & Pratiwi, N. R. (2024). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Berkelanjutan: Studi Kasus pada Generasi Milenial*. Jurnal Kolaboratif Sains, 7(8), 2758-2766. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i8.5909>

- Taali, M., & Maduwinarti, A. (2024). **Green Marketing**. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- The Business Research Company. (2026). ***Green Technology and Sustainability Global Market Report 2025***. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/green-technology-and-sustainability-global-market-report>
- Tjioe, G. F., & Ardianti, R. (2025). ***Peran environmental knowledge pada Gen Z dalam memoderasi hubungan antara green marketing dan green re-purchase Intention produk skincare***. Journal of Management and Digital Business, 5(3), 793-807.
- Wijaya, B. L. S., & Mia, M. (2025). ***Green Attitude, Green Customer Value, Green Marketing, Green Purchase Intention: Mediasi Green Psychological Benefit***. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 14(2), 88–99.
- Wijaya, F., & Prasetya, S. G. (2025). ***Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop***. Jurnal KREATIF (Kajian Riset Ekonomi & Bisnis Inovatif), 1(1), 77–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.33062/jkf.v1i1.8>
- Yahya, Y. (2022). ***Peran Green Marketing, Green Brand Image Terhadap Purchase Intention Dengan Green Trust Sebagai Variabel Intervening***. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis), 1(1), 17-38.
- Yaputra, H., Risqiani, R., Lukito, N., & Sukarno, K. P. (2023). ***Pengaruh Green Marketing, Sustainable Advertising, Eco Packaging/Labeling Terhadap Green Purchasing Behavior (Studi Pada Kendaraan Listrik)***. Journal of Indonesia Marketing Association (IMA), 2(1), 71-90.