

## DAFTAR PUSTAKA

- Alagarsamy, s. (2021). How green consumption value affects green consumer behaviour: the mediating role of consumer attitudes towards sustainable food logistics practices. *Vision the journal of business perspective vol 25(1)*, 1-10.
- Alamsyah, a. (2023). Pengaruh environmental concern dan perceived environmental knowledge terhadap niat beli hijau melalui environmental attitude sebagai variabel mediasi. *Jurnal ilmu manajemen vol. 11(4)*, 858-870.
- Alfakihuddin, m. L. (2023). Dampak dari pemasaran hijau dan iklan hijau pada niat beli produk kecantikan pada generasi z . *Seiko : journal of management & business vol. 6(2)*, 482-490.
- Ali, m. (2023). Assessing the impact of green consumption behavior and green purchase intention among millennials toward sustainable environment . *Environmental science and pollution research vol. 30*, 23335–23347.
- Amallia, b. A. (2022). Pengaruh green advertising, green brand trust, dan sikap pada green product terhadap green purchase intention. *Entrepreneurship bisnis manajemen akuntansi vol. 3(2)*, 68-84.
- Amin, s. (2020). Effect of consumption values on customers' green purchase intention: a mediating role of green trust . *Social responsibility journal* , 1-17.
- Anjeli, r. (2022). Pengaruh pricing of green product dan customer relationship marketing terhadap brand image pada produk kosmetik wardah (studi pada konsumen pesona kosmetik pasir pengaraian). *Hirarki : jurnal ilmiah manajemen dan bisnis vol. 4(2)*, 727-744.
- Apaza-panca, c. M. (2024). Green marketing to promote the natural protected area . *Sustainable technology and entrepreneurship vol. 3*, 1-7.
- Arisyi, d. F. (2019). Pengaruh faktor personal dan attitude terhadap green consumer behavior produk lggreen health pada masyarakat kota padang. *Jurnal kajian manajemen dan wirausaha vol. 10(1)*, 48-94.
- Arrazzaqy, m. N. (2023). Pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap minat beli produk hijau pada generasi z (studi kasus pada produk pakaian bekas (thrifting) di kabupaten rembang) . *Jurnal mirai management vol. 8(1)*, 479-485.
- Astuti, a. (2021). Pengaruh penambahan susu skim bubuk terhadap tingkat kesukaan bakso ikan nila. *Jurnal akuatek vol. 2(2)*, 95-103.

- Bhardwaj, p. (2019). Types of sampling in research. *Journal of the practice of cardiovascular sciences vol. 5*, 157-163.
- Bhaswara, y. B. (2021). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap loyalitas konsumen. *Akuntabel vol. 18(3)*, 603-612.
- Bouman, t. (2020). The value of what others value: when perceived biospheric group values influence individuals' pro-environmental engagement . *Journal of environmental psychology vol. 71*, 1-11.
- Christi, r. F. (2022). Perbandingan lemak, protein, laktosa, dan ph susu sapi friesian holstein pada pemerahan pagi dan sore di cv ben buana sejahtera sumedang. *Agrivet : jurnal ilmu pertanian dan peternakan vol. 10(1)*, 19-24.
- Christi, r. F. (2022). Tampilan kualitas fisik dan kimia susu yang terdampak mastitis ringan pada sapi perah friesian holstein di cv ben buana sejahtera jatinangor sumedang. *Jurnal sumber daya hewan vol. 3(1)*, 1-5.
- Deshmukh, p. (2023). Green marketing and corporate social responsibility: a review of business practices. *Multidisciplinary reviews vol. 16*, 1-14.
- Fontes, e. (2021). The influence of ecological concern on green purchase behaviour. *Sciendo vol. 16(3)*, 246-267.
- Hamid, n. (2023). Analisis pengaruh green marketing terhadap perilaku umkm di kota kendari. *Derivatif : jurnal manajemen vol. 17(2)*, 288-300.
- Hanifah, h. N. (2019). Pengaruh produk ramah lingkungan/green product dan harga terhadap keputusan pembelian produk tupperware. *Jmd: jurnal riset manajemen dan bisnis dewantara vol. 2(1)*, 37-44.
- Hasna, s. D. (2023). Kajian hazard analysis critical control point (haacp) pada tahap pasteurisasi ii susu isam di pt. Industri susu alam murni. *Jurnal teknologi dan industri pertanian indonesia vol. 15(1)*, 1-7.
- Hendarsyah, r. (2020). Green consumer behaviour masyarakat kota bogor dalam tata laksana sampah plastik. *Jurnal ilmiah kel. & kons. Vol. 13(2)*, 187-198.
- Hendra. (2023). *Green marketing for bussiness : konsep, strategi, dan penerapan pemasaran hijau perusahaan berbagai sektor*. Jambi: pt. Sonpedia publishing indonesia.
- Hidayah, m. R. (2022). Mediasi sikap konsumen pada pengaruh green product, green advertising, green brand trust terhadap keputusan pembelian produk makanan organik . *Jurnal manova vol. 5(2)*, 46-62.

- Hidayatullah, t. F. (2023). Peran media sosial, ulasan daring, dan kepedulian lingkungan pada perilaku pembelian green product. *At-tadbir : jurnal ilmiah manajemen vol. 7(1)*, 23-40.
- Iqbal, a. (2023). Impact of green marketing on consumer purchase intention: the moderating role of environmental knowledge. *Journal of social & organizational matters vol. 2(2)*, 43-58.
- Jamal, f. N. (2021). Green purchase intention: the power of success in green marketing promotion . *Management science letters vol. 11*, 1607-1620.
- Jannah, I. (2021). Konsep green marketing dan dampaknya terhadap perilaku konsumen indonesia. *Jurnal bina manajemen vol. 9(2)*, 92-112.
- Klabi, f. (2022). The mechanisms for influencing green purchase intention by environmental concern: the roles of self-green image congruence and green brand trust. *South asian journal of management sciences vol. 16(1)*, 76-101.
- Kristiana, r. (2023). Pengaruh kesadaran lingkungan, kepedulian lingkungan, pengetahuan produk dan kesediaan membayar terhadap minat pembelian produk ramah lingkungan pada “the body shop” di kota semarang. *Jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis vol. 16(2)*, 422-436.
- Kumar, c. N. (2023). Green marketing: gains and opportunities. *International journal of economics vol. 12(1)*, 20-26.
- Kusumawati, a. (2022). Pengaruh green perceived risk dan green packaging terhadap green purchase intention pada produk skincare avoskin (studi pada konsumen terhadap niat beli produk avoskin). *Sibatik journal vol. 1(10)*, 2071-2084.
- Lestari, e. R. (2020). Pengaruh green product (minuman ramah lingkungan), green advertising, dan kepedulian lingkungan terhadap green trust dan implikasi terhadap minat beli. *Jurnal teknologi pertanian vol. 21(1)*, 1-10.
- Luo, b. (2020). How does green advertising skepticism on social media affect consumer intention to purchase green products? . *Journal consumer behaviour vol. 19(4)*, 371-381.
- Madjidan, n. L. (2022). Pengaruh green marketing dan green product terhadap green purchase intention pada alang alang zero waste shop. *Jurnal ecogen vol. 5(2)*, 294-305.
- Maharani, t. A. (2023). How does green attitude, green advertising, and environmental awareness impact on green purchase intention? *Enrichment: journal of management vol. 13(5)*, 2838-2850.

- Mantara, m. A. (2022). Faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian secara online di bukalapak pada mahasiswa fakultas ekonomi undiskha. *Prospek: jurnal manajemen dan bisnis vol. 4(2)*, 168-177.
- Marcellino, d. (2020). Green purchase intention pada konsumen nutrifood di bandung: peran environment concern dengan mediasi green trust. *Jurnal sekretaris dan administrasi bisnis vol. Iv (1)*, 1-20.
- Maris, i. (2021). Kajian pemanfaatan susu nabati sebagai pengganti susu hewani. *Food scientia journal of food science and technology vol. 1(2)*, 103-116.
- Mendrofa, y. (2023). Pengaruh green marketing, brand awareness terhadap purchase intention air minum dalam kemasan merek ades melalui environment attitude mahasiswa prodi manajemen universitas nias. *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi vol. 10(2)*, 1225-1235.
- Miranti, y. B. (2022). Perpaduan sistem informasi manajemen dan pemasaran dalam perdagangan elektronik. *Jurnal masyarakat mengabdikan nusantara vol. 1(4)*, 98-117.
- Mohajan, h. K. (2020). Quantitative research: a successful investigation in natural and social sciences. *Journal of economic development, environment and people vol. 9(4)*, 52-79.
- Moniaga, v. (2023). Pengaruh pengetahuan produk terhadap niat beli produk wardah sebagai kosmetik halal melalui sikap konsumen . *Manajemen dan kewirausahaan vol. 4 (1)*, 67-80.
- Musa, d. D. (2023). Analysis of consumer purchase behavior of green products in indonesia. *International journal of business ecosystem & strategy vol. 5(3)*, 32-41.
- Mutaqin, b. K. (2020). Uji organoleptik kandungan air dan titik beku susu sapi perah yang diberi ransum lengkap tersuplementasi protein, lemak, mineral dan direct fed microbial. *Jurnal teknologi hasil peternakan vol. 1(2)*, 67-73.

- Nadiya, a. F. (2022). Analisis niat beli dan perilaku konsumen terhadap produk perawatan kulit ramah lingkungan. *Selekta manajemen: jurnal mahasiswa bisnis & manajemen vol. 1(3)*, 186-204.
- Nurfaizah, a. (2023, 12 27). *Pencemaran lingkungan pt. Greenfields indonesia*. Retrieved from walhijatim.org: <https://walhijatim.org/2023/12/27/laporan-riset-walhi-jatim-pencemaran-lingkungan-pt-greenfields-indonesia/>
- Nurhayati, e. (2022). Pendekatan quality function development (qfd) dalam proses pengembangan desain produk whiteboard eraser v2. *Productum: jurnal desain produk (pengetahuan dan perancangan produk) vol. 5(2)*, 75-82.
- P, f. R. (2021). Pengaruh green marketing, inovasi produk, dan brand image terhadap minat beli studi pada mahasiswa mahasiswi fe ust konsumen kfc. *Jurnal ilmiah manajemen kesatuan vol. 9(1)*, 33-42.
- Paath, d. N. (2020). Green marketing terhadap keputusan pembelian pada starbucks manado town square. *Productivity vol. 1(3)*, 274-278.
- Pawistri, k. D. (2020). Pengaruh pengetahuan ramah lingkungan, sikap terhadap lingkungan dan gaya hidup pada keputusan pembelian nature republic di indonesia. *Jurnal pendidikan tata niaga vol. 8(1)*, 625-631.
- Puspitasari, c. A. (2021). Pengaruh green marketing, kesadaran lingkungan dan kesehatan terhadap keputusan pembelian produk pangan organik melalui sikap. *Jurnal aplikasi manajemen dan bisnis vol. 7(3)*, 713-722.
- Putra, i. A. (2021). Proses pengolahan susu ultra high temperature (uht) beserta kemasan yang berpengaruh terhadap masa simpan. *Jurnal ilmiah pangan halal vol. 3(1)*, 44-48.
- R., s. E. (2023). Pengaruh sikap ramah lingkungan, kepedulian lingkungan, dan afeksi lingkungan terhadap pembelian produk hijau. *Jurnal ekombis review vol. 11(2)*, 1195-1206.
- Raharja, s. J. (2021). Youth's green consumer behaviour : a study in citarum watershed west java indonesia. *Adbispreneur : jurnal pemikiran dan penelitian administrasi bisnis dan kewirausahaan vol. 6(3)*, 281-293.
- Rahmadhani, a. V. (2023). Pengaruh green brand image, green brand trust, green brand awareness dan green brand satisfaction terhadap purchase intention pada konsumen air mineral merek aqua. *Jurnal samudra ekonomi dan bisnis vol. 14(3)*, 393-405.
- Rahmawati, e. (2023). Pengaruh green brand knowledge dan environmental concern terhadap green purchase intention melalui green attitude pada produk the body shop. *Jurnal ilmiah mahasiswa manajemen, bisnis dan akuntansi vol. 5(4)*, 387-408.

- Rizki, m. (2023). Pentingnya strategi pemasaran melalui penguatan citra merek. *Ebismen vol. 2(1)*, 240-245.
- Romli, n. A. (2023). Strategi komunikasi pemasaran hijau dalam pemberdayaan kewirausahaan masyarakat mat peci. *Ikraith humaniora vol. 7(3)*, 59-71.
- Salmina. (2023). Pengaruh environmental attitude terhadap green purchasing behavior yang dimediasi oleh green marketing perceptions dan green purchasing willingness. *Manis : jurnal manajemen, inovasi bisnis dan strategi vol. 1(1)*, 82-97.
- Sartika, d. (2020). Melihat attitude and behavior manusia lewat analisis teori planned behavioral. *Journal of islamic guidance and counseling vol. 4(1)*, 51-70.
- Sofyan, a. (2021). Pengaruh bauran pemasaran hijau (green marketing mix), keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada lampu led philips). *Jurnal ilmiah bisnis, pasar modal, dan umkm vol. 4(1)*, 56-67.
- Sripathi, m. (2022). A green marketing exploration: a shift from traditional marketing for a sustainable environment. *Neuroquantology vol. 20(8)*, 2785-2792.
- Sugandini, d. (2020). Green supply chain management and green marketing strategy on green purchase intention: smes cases . *Journal of industrial engineering and management vol. 13(1)*, 79-92.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi penelitian kuantitatif dan kualitatif dan r&d* . Bandung: alfabeta.
- Sulistyowati, e. (2019). Sifat fisik dan organoleptik permen karamel susu dengan penambahan buah durian (*durio zibethinus murr*) dan penambahan sari jeruk gerga (*citrus sp*). *Jurnal agroindustri vol. 9(2)*, 54-65.
- Utami, k. S. (2020). Green consumers behavior: perilaku konsumen dalam pembelian produk ramah lingkungan. *Jurnal maksipreneur: manajemen, koperasi, dan entrepreneurship vol. 9(2)*, 208-223.
- Veronika, s. (2021). Pengaruh persepsi kualitas merek dan kepercayaan pada kampanye green marketing terhadap intensi pembelian produk ramah lingkungan : studi kasus kfc Indonesia. *Esensi: jurnal manajemen bisnis vol. 24(3)*, 391-403.
- Wang, l. (2019). The demographic impact of consumer green purchase intention toward green hotel selection in china . *Tourism and hospitality research, 1-13*.

- Wijaya, k. (2020). Variabel yang mempengaruhi perilaku pembelian green product pada generasi muda. *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi vol. 7(2)*, 238-246.
- Witek, I. (2020). Green marketing : the environmentally - friendly attributes of products and decision to purchase. *Folia oeconomica stetinensia vol. 20(2)*, 451-467.
- Wulanningsih, u. A. (2022). Pelatihan pembuatan yoghurt susu sapi dengan metode sederhana menggunakan lactobacillus bulgaricus dan streptococcus thermophilus. *Jurnal cerdas : jurnal pendidikan dan pengajaran vol. 1(2)*, 66-78.
- Xie, c. (2022). The influence of environmental cognition on green consumption behavior. *Frontiers in psychology vol 13(988585)*, 1-17.
- Yahya. (2022). Peran green marketing, green brand image terhadap purchase intention dengan green trust sebagai variabel intervening. *Jimbis : jurnal ilmiah manajemen dan bisnis vol. 1(1)*, 17-38.
- Yen, n. T. (2023). The formation of attitudes and intention towards green purchase : an analysis of internal and external mechanisms. *Cogent bussiness and management vol. 10(1)*, 1-19.
- Zhang, x. (2020). Why do consumers make green purchase decisions? Insights from a systematic review. *International journal of environmental research and public health vol. 17*, 1-25.