

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. (2023, March 16). Perusahaan Kosmetik Di Indonesia Tumbuh 20,6 Persen. *Krjogja.Com*.
<https://www.krjogja.com/nasional/1242454811/perusahaan-kosmetik-di-indonesia-tumbuh-206-persen>
- Amara, D. A. (2021, April 27). *The Eco Gender Gap: Are Women Greener Than Men?* Waste4change.
- Anggraheny, S. W. (2022). *ANALISIS POSITIONING PRODUK SKINCARE LOKAL BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING* [Thesis, Universitas International Semen Indonesia]. <https://repository.uisi.ac.id/2980/>
- Annur, C. M. (2022, September 16). *Survei: Banyak Anak Muda Semakin Peduli Terhadap Lingkungan*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/16/survei-banyak-anak-muda-semakin-peduli-terhadap-lingkungan>
- avoskin. (n.d.). *AVOSKIN About Us*. Avoskinbeauty.Com. Retrieved September 29, 2023, from <https://www.avoskinbeauty.com/about-us>
- Carollina, D., Angkawijaya, Y., & Abednego, V. A. (2022). ANALISIS “AIDA” PADA KONTEN INSTAGRAM “MADAME GIE” TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(2), 144–153.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31598>
- Direktorat Pengabdian UGM. (n.d.). *Sustainable Development Goals (SDGs)*. UGM Direktorat Pengabdian Kepada Masyarakat. Retrieved February 12, 2024, from
[https://pengabdian.ugm.ac.id/sdgs/#:~:text=Sustainable%20Development%20Goals%20\(SDGs\)&text=Berbeda%20dari%20pendahulunya%20Millenium%20Development,swasta%2C%20akademisi%2C%20dan%20sebagainya](https://pengabdian.ugm.ac.id/sdgs/#:~:text=Sustainable%20Development%20Goals%20(SDGs)&text=Berbeda%20dari%20pendahulunya%20Millenium%20Development,swasta%2C%20akademisi%2C%20dan%20sebagainya).
- Drew, C. (2023, September 4). *Knowledge Gap Theory – The 5 Key Elements*. Helpfulprofessor.Com. <https://helpfulprofessor.com/knowledge-gap-theory/>
- Fajri, D. L. (2022, August 1). *Studi Pustaka Adalah Referensi Penelitian, Ini Penjelasan Lengkapnya*. Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/agung/berita/62e773e3da762/studi-pustaka-adalah-referensi-penelitian-ini-penjelasan-lengkapnya>
- Fitriani, A. (2022). *PENGARUH GREEN PRODUCT KNOWLEDGE DAN GREEN PERCEIVED RISK TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH GREEN TRUST (Studi Kasus pada Air Mineral Galon Le Minerale)*

[UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA].
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/68999>

- Frisca, F. (2017, February 10). *Eksklusif Anugrah Pakerti, Pebisnis Muda yang Mengerti Wanita*. Fimela.Com.
<https://www.fimela.com/lifestyle/read/2851681/eksklusif-anugrah-pakerti-pebisnis-muda-yang-mengerti-wanita?page=2>
- Gaziano, C. (2013). Knowledge Gaps, Belief Gaps, Ideology, and Culture Wars. *Open Journal of Political Science*, 03(04), 116–130.
<https://doi.org/10.4236/ojps.2013.34017>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25* (q, Ed.; 9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
<https://www.scribd.com/document/644946086/Ghozali-Edisi-9-pdf>
- Humaira, F. R. (2022, July 22). *Media Informasi yang Paling Sering Diakses Masyarakat*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/media-informasi-yang-paling-sering-diakses-masyarakat>
- Humas Sekretariat Kabinet RI. (2023, November 9). Capaian SDGs Indonesia Paling Progresif, Billy Mambrasar: Komitmen Indonesia untuk Dunia. *Sekretariat Kabinet RI*. <https://setkab.go.id/capaian-sdgs-indonesia-paling-progresif-billy-mambrasar-komitmen-indonesia-untuk-dunia/>
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*. 1–12.
<https://osf.io/v9j52/download>
- Kemp, S. (2023). *DIGITAL 2023: INDONESIA*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kenton, W., Boyle, M. J., & Kvilhaug, S. (2023, December 17). *Triple Bottom Line*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/t/triple-bottom-line.asp#:~:text=The%20triple%20bottom%20line%20is%20an%20accounting%20framework%20that%20incorporates,planet%2C%20and%20profit.%22>
- Kuraesin, E., & Eldine, A. (2018). *Brand Awareness In Retail Terhadap Consumer Purchase Intention* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/Manager/index>
- Latifatunnisa, H. (2022, November 1). *Teknik Analisis Data: Jenis, Contoh, dan Langkah-langkahnya*. Revou.Co. <https://revou.co/panduan-teknis/teknik-analisis-data>

- Lestari, R. B., & Kardinal. (2018). Minat Beli Produk Hijau pada Generasi Milenial. *JURNAL ILMIAH EKONOMI GLOBAL MASA KINI*, 9(2), 117–124. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jiegmk.v9i2.542>
- Localise. (n.d.). *Sustainable Development Goals*. LOCALISE SDGs Indonesia. Retrieved February 12, 2024, from <https://localisesdgs-indonesia.org/17-sdgs>
- Markplus, & ZAP Clinic. (2023). *ZAP BEAUTY INDEX 2023 VIDEO VERSION ZAP BEAUTY INDEX*. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2023>
- Miller, K. (2020, December 8). *THE TRIPLE BOTTOM LINE: WHAT IT IS & WHY IT'S IMPORTANT*. Havard Bussines School Online. <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line>
- Mintel. (2018, July 27). *The eco gender gap: 71% of women try to live more ethically, compared to 59% of men*. Mintel.
- Muawwanah, Ma'rufi, & Nurdin. (2020). Korelasi Antara Kepercayaan Diri dan Kemandirian Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 3(2), 1–97. <https://www.e-journal.my.id/proximal/article/download/480/387>
- Mutia, A. (2022, December 5). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022*. Databols.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Naciones Unidas. (2023). *El mes de julio más caluroso de la historia indica que ya estamos en la era del horno global*. <https://news.un.org/es/story/2023/07/1523012>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Normandin, H. (2020). *On the Eco-Gender Gap*. https://vc.bridgew.edu/honors_proj/443
- Nurgiyantoro, B., Gunawan, & Marzuki. (2012). *STATISTIK TERAPAN UNTUK PENELITIAN ILMU-ILMU SOSIAL* (5th ed.). Gadjah Mada University Press.
- Nuringsih, K., MN, N., Edalmen, & Susanto, W. (2021). *Sustainability Knowledge & Sustainable Entrepreneurship: Sebagai Transformasi Bisnis di Era Pandemi* (pp. 154–182). Universitas Tarumanegara.

https://linter.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian_10192033_2A040322214843.pdf

Pahlevi, R. (2022, June 3). *Ini Produk yang Paling Banyak Dibeli di E-Commerce*. Databoks.Katadata.Co.Id.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/ini-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-e-commerce>

Paramita, N. D., & Yasa, N. N. K. (2015). SIKAP DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN KESADARAN LINGKUNGAN DENGAN NIAT BELI PRODUK KOSMETIK RAMAH LINGKUNGAN. *Jurnal Manajemen Dan Perusahaan*, 17(2), 177–185. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.177-185>

populix. (2022). *Unveiling Indonesian Beauty & Dietary Lifestyle*. <https://info.populix.co/articles/report/beauty-dietary-trends/>

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>

Prijana Hadi, I., & Megawati Wahjudianata, Ms. (2021). *KOMUNIKASI MASSA* (T. Q. Media, Ed.; 1st ed., Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media. www.google.com

Purba, D., & Purba, M. (2022). Aplikasi Analisis Korelasi dan Regresi menggunakan Pearson Product Moment dan Simple Linear Regression. *Citra Sains Teknologi*, 1(2), 97–103. <https://publisher.yccm.or.id/index.php/cisat/article/view/54>

Putri, C. N. (2022, September 5). *Menurut Survei, Ternyata Ini Alasan Perempuan Indonesia Menyukai Brand Kecantikan Lokal*. Parapuan.Co. <https://www.parapuan.co/read/533461916/menurut-survei-ternyata-ini-alasan-perempuan-indonesia-menyukai-brand-kecantikan-lokal?page=all>

Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–11. <https://jameb.stimlasharanjaya.ac.id/JAMEB/article/view/20>

Ridwan, M., Syukri, A., & Badarusyamsi. (2021). STUDI ANALISIS TENTANG MAKNA PENGETAHUAN DAN ILMU STUDI ANALISIS TENTANG MAKNA PENGETAHUAN DAN ILMU PENGETAHUAN SERTA JENIS DAN SUMBERNYA ANALYTICAL STUDIES ON THE MEANING OF KNOWLEDGE AND SCIENCE AND ITS TYPES AND SOURCES. *Jurnal Geuthë: Penelitian Multidisiplin*, 04(01), 31–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.52626/jg.v4i1.96>

- Rizqi, G. (2021, January 30). *Skincare Natural, Organik, dan Vegan. Berbeda?* Elle Indonesia. <https://elle.co.id/beauty/skincare-natural-organik-dan-vegan-berbeda>
- Salma. (2023, February 22). *Teknik Pengambilan Sampel: 11 Macam dan Contoh Lengkapnya*. Deepublish.
- Sartika, D. (2022, November 5). *Mengenal Triple Bottom Line (TBL) dalam Bisnis*. Hashmicro.Com. <https://www.hashmicro.com/id/blog/mengenal-triple-bottom-line-tbl-dalam-bisnis/>
- Setyabudi, A. W., & Adialita, T. (2020). PENGARUH GREEN PRODUCT KNOWLEDGE, GREEN TRUST DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION KONSUMEN AMDK MEREK AQUA DENGAN BOTOL 100% RECYCLED. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 174–184. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jab.v16i2.4261.174-184>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 8(1), 21–34. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2805725&val=24908&title=Pengaruh%20Brand%20Ambassador%20Minat%20Beli%20Dan%20Testimoni%20Terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20Studi%20Pada%20Situs%20Jual%20Beli%20Online%20Shop%20Shopee%20Indonesia%20di%20Universitas%20Budi%20Luhur%20Periode%20Februari%20%20April%202018>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)* (Sunarto, Ed.; 1st ed., Vol. 1). ALFABETA.
- Supriyanti, S. R. (2021). *PENGARUH SIKAP DAN GREEN BRAND KNOWLEDGE TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Konsumen Air Minum dalam Kemasan Ades)* [Institut Agama Islam Negeri Surakarta]. http://eprints.iain-surakarta.ac.id/975/1/FULL%20SKRIPSI_175211010.pdf
- Sutisna, I. (2020). *STATISTIKA PENELITIAN TEKNIK ANALISIS DATA PENELITIAN KUANTITATIF*. https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/4610/Teknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantitatif.pdf
- Tyas, A. C. (2019). *PENGARUH ECO LABELLING, GREEN BRAND KNOWLEDGE, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK AMDK ADES (Studi Kasus pada Siswa-Siswi*

SMAN 3 Boyolali) [Institut Agama Islam Negeri Surakarta].
<https://docplayer.info/198991550-Pengaruh-eco-labelling-green-brand-knowledge.html>

Ummah, F. (2023, May 2). *Triple Bottom Line: Ukuran Kesuksesan Bisnis Tidak Sekadar Profit*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/triple-bottom-line-ukuran-kesuksesan-bisnis-tidak-hanya-sekadar-profit/>

United Nation. (n.d.). Sustainable Development. In *United Nation*.

Winda Ryantari, G. A., & Ketut Giantari, I. G. A. (2020). GREEN KNOWLEDGE, GREEN ATTITUDE, DAN ENVIRONMENTAL CONCERN BERPENGARUH TERHADAP NIAT BELI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2556.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p05>

Wisnubrata. (2023, February 7). Seperti Apa Tren Kecantikan di Indonesia pada Tahun 2023? *Kompas.Com*.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2023/02/07/111401620/seperti-apa-tren-kecantikan-di-indonesia-pada-tahun-2023?page=all>

Zakawali, G. (2022a, December 9). *9 Produk Terlaris di Tokopedia 2022, Apa Saja?* Store.Sirclo.Com. <https://store.sirclo.com/blog/produk-terlaris-di-tokopedia/>

Zakawali, G. (2022b, December 9). *Daftar Produk Terlaris di Shopee 2022, Sudah Tahu?* Store.Sirclo.Com. <https://store.sirclo.com/blog/produk-terlaris-di-shopee/>