

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Alexander, H. B. (2015). "Bandung Lebih Cerdas Dibanding Jakarta." Retrieved from <https://bisnisindonesia.id/article/pendapatan-ikea-meningkat>
- Aris. (2023). Pengertian Sosialisasi: Fungsi, Tujuan, dan Prosesnya. Retrieved from <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-sosialisasi/>
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61-69. Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=d&as_sdt=0,5
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Langkah Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Barbaritano, M., & Savelli, E. (2021). How consumer environmental responsibility affects the purchasing intention of design furniture products. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116140>
- Basalamah, J., Said, S., Gani, A. A., Ratnasari Taufan, R., & Syahnur, H. (2020). Green Marketing Practice In Purchasing Decision Home Care Product. *Article in International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(June), 893–896. Retrieved from www.ijstr.org
- Cahyadi, Y. (2016). KAJIAN KOMPARATIF PENERAPAN GREEN CAMPAIGN DI ASIA TENGGARA. Johannes Cahyadi Universitas Ma Chung, (Hounsham 2006).
- Farahrozi, F., & Verinita, V. (2020). Pengaruh Awareness of Green Product, Price, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Green Product the Body Shop Di Kota Padang. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(1). <https://doi.org/10.30811/ekonis.v22i1.1904>
- Fingerspot. (2020). [Strategi Bisnis] Buka Banyak Cabang untuk Kembangkan Usaha dan Naikkan Omset.
- Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *CCIT Journal*, 12(1), 99–107. <https://doi.org/10.33050/ccit.v12i1.605>

- Groening, C., Sarkis, J., & Zhu, Q. (2018). Green marketing consumer-level theory review : A compendium of applied theories and further research directions. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1848-1866. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.002>
- Hidayat, T., Ekhsan, N., & Kosim, M. (2023). Pengaruh Budaya Korea Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Wilayah Cikarang. *Seminar Nasional Manajemen Bisnis, olume 1, N*, 294–299.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan. Seminar Nasional Hasil Penelitian-Stimik Handayani Denpasar*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati, P. D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama. Bandung: Aditama. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/d/100960/slug/metode-penelitian-manajemen-dan-bisnis-konvergensi-teknologi-komunikasi-dan-informasi.html%0Ahttps://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/100960/metode-penelitian-manajemen-dan-b>
- Isnaini, S., & Diamantina, A. (2020). Konsep dan Penerapan Model Kebijakan Corporate Environmental Responsibility di Indonesia. *PROGRESIF: Jurnal Hukum*, 15(2), 89–107. <https://doi.org/10.33019/progresif.v15i2.1888>
- Junaidi. (2015). Memahami Skala-Skala Pengukuran. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNiversitas Jambi*.
- Kasriyati. (2018). Meningkatkan Kesehatan Masyarakat Melalui Lingkungan Keluarga. Retrieved from <https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/5255/meningkatkan-kesehatan-masyarakat-melalui-lingkungan-keluarga>
- Kumadji, R. D. A., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 37–36.
- Kumar, A., & Prakas, G. (2021). Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen penting bagi konsumen ? Model berkelanjutan prediktif dikembangkan melalui studi empiris, 58(September 2020).
- Marcelino, D., & Widodo, T. (2021). Consumer Environment Responsibility and Concern

- on Green Consumption: Unavailability of Eco-Product Moderation. *Trikonomika*, 20(2), 71–81. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v20i2.4281>
- Mustika, A., Rahmat, T. A., & Hahri, A. S. (2013). Pola Pengambilan Keputusan Serta Peran dan Curahan Kerja Wanita dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga di Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(3), 231–245. Retrieved from <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/28>
- Nasri, H. (2020). Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness Tokopedia Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol, 8(02), 2–13.
- Nugraha, L. H. (2022). PENDAPATAN IKEA MENINGKAT. Retrieved from <https://bisnisindonesia.id/article/pendapatan-ikea-meningkat>
- Osiyo, A. K. M., & Samuel, H. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–9.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia. Bandung: Pustaka Setia Bandung. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/141653/slug/komunikasi-pemasaran-terpadu-pada-era-media-sosial.html%0Ahttps://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/141653/komunikasi-pemasaran-terpadu-pada-era-media-sosial.html>
- Purwianti, L., & Ricarto, T. (2018). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Intention Pada Pengguna Smartphone Di Batam. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 41–56. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1095>
- Rahayu, S., Sugiono, & Tukasno. (2020). Solusi Peningkatan Green Purchase Intention Melalui Environmental Knowledge. *Jurnal DINAMIKA*, 6(1), 28–38.
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Dengan Green Price Sebagai Moderating Variabel Pada Produk the Body Shop. *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v15i1.365>
- Rezaei, R., Safa, L., Damalas, C. A., & Ganjkanloo, M. M. (2019). Drivers of farmers' intention to use integrated pest management: Integrating theory of planned behavior

- and norm activation model. *Journal of Environmental Management*, 236(November 2018), 328–339. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.01.097>
- Riadi, M. (2018). Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli. Retrieved from www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html
- Riadi, M. (2023). Purchase Intention - Pengertian, Aspek, Jenis dan Indikator. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/purchase-intention.html>
- Sam. (2020). Environmental Responsibility. Retrieved June 11, 2023, from <https://www.ecomasteryproject.com/environmental-responsibility/>
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>
- Stern, M. J., Powell, R. B., & Ardoin, N. M. (2011). Evaluating a constructivist and culturally responsive approach to environmental education for diverse audiences. *Journal of Environmental Education*, 42(2), 109–122. <https://doi.org/10.1080/00958961003796849>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITITATIF, DAN R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Thomas, M. (2023). Target Pasar IKEA (Umur, Demografi, Jenis Kelamin, Gaji + Lainnya). Retrieved from <https://bisnisindonesia.id/article/pendapatan-ikea-meningkat>
- Wonok, P. G., & Loindong, S. (2018). Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, Dan Prefrensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy Di Quicksilver Mantos. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2108–2117.

Yue, B., Sheng, G., She, S., & Xu, J. (2020). Impact of consumer environmental responsibility on green consumption behavior in China: The role of environmental concern and price sensitivity. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(5), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su12052074>