

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A. (2015). *Pengaruh Pengetahuan tentang Lingkungan, Sikap pada Lingkungan dan Norma Subyektif terhadap Niat Pembelian Green Product*. Solo: Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
- Agustini, N. K., & Kusuma, A. A. (2016). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Niat Beli Pendingin Ruangan Plasmacluster dengan Sikap pada Lingkungan sebagai Pemediasi. *e-Jurnal Manajemen Unud*, 1831-1861.
- Aman, A. L., Harun, A., & Hussein, Z. (2012). The influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable . *British Journal of Arts and Social Sciences*, Vol. 2, No.11, pp 145-167.
- Ansar, N. (2014). Impact of Green Marketing on Consumer Purchase Intention . *Mediterranean Journal of Social Science*, Vol.4, No. 11. pp 650-655.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rhieka Cipta.
- Armarsha, L. N. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Perilaku Serta Dampaknya Pada Niat Beli Produk Hijau*. Bandung: Universitas Telkom.
- Be Smart Shopper. (t.thn.). Dipetik Oktober 18, 2016, dari www.site.tupperware.co.id
- Bugin, B. (Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya). 2013. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- FAQ Tupperware. (t.thn.). Dipetik November 17, 2016, dari www.tupperwarebrands.com

- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares, Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan WarpPLS 4.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hawkins, & Mothershaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Helping Childern 2015. (t.thn.). Dipetik Oktober 18, 2016, dari www.mx.tupperware.com
- I, L. (2012, Juni 15). Kampanye Lingkungan ala Tupperware. Dipetik Januari 16, 2017, dari www.swa.co.id
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Joseph F. Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer Partial Least Squares Structural Equation Modelling*. Lost Angeles: Sage (Ublication Ltd).
- Jumlah penduduk . (t.thn.). Dipetik november 24, 2016, dari <http://disdukcapil.bandung.go.id>
- Kataria, A., Kataria, A., & Garg, R. (2015). Factor Affecting Green Purchase Behavior: An In-Depth Study of Indian Consumers. *Journal of Management Research-SCMS NOIDA*, Vol.1, Issue 2, oo 15-41.
- Kegiatan donor darah serempak di Indonesia. (t.thn.). Dipetik Oktober 18, 2016, dari www.site.tupperware.co
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan Ibm Spss 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Logo Tupperware. (t.thn.). Dipetik Oktober 18, 2016, dari www.tupperware.co.id
- Masalah Sampah Plastik di Indonesia dan Dunia. (2016, Setember 8). Dipetik Oktober 18, 2016, dari www.lingkunganhidup.co

- Palwa, A. (2014). *Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi Minat (Study pada Pelanggan The Body Shop di Plaza Ambarukmo Yogyakarta)* . Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 123-134.
- Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung lebih tinggi dari pada kota lain. (2015, september 29). Dipetik november 24, 2016, dari <http://fokusjabar.com>
- Putri, A. K. (2013). *Analisis Minat Beli Produk Day Cream Berbahan Baku Rumput Laut: Pendekatan Theory Of Planned Behavior*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Putri, N. T. (2012). *Analisis Pengetahuan, Sikap dan Pengaruhnya terhadap Pembentukan Intensi dan Perilaku Konsumsi Beras Merah (Ozyra Nivara) menggunakan Pendekatan Theory Of Planned Behavior*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Riska Septifini, F. A. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 13, No. 2, pp 201-218.
- Robbis, S. P., & Judge, T. A. (2014). *Perilaku Organisasi Organizational Behavior Edisi 16 E*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Bahvior, Motivation Research, Consumer Psychology*. Boston: Pearson.
- Sekaran, U. (2015). *Research Methods For Business (Edisi Empat)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyaningrum, A., Udaya, Jusuf, & Effendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Suciarto, S., Hang, W.-S., Ho, S.-H., & S.Sitohang, P. (2015). Influence of Green Marketing toward Purchase Intention of Green Products through Attitude: Survey on Indonesia and Taiwanese students. *Journal of Humanities and Management Sciences*, Vol 2 Issues 4.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryandari, N. K., Suprpti, N. W., & Sukaatmadja, i. P. (2016). Aplikasi Theory Of Planned Behavior dalam Menjelaskan Perilaku Ekologis Generasi Y Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 10 No.1 .
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prena Media Group.
- Suwarno, N. H., & K, N. M. (2015). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Pada Pertamina di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 10, pp 3119-3145.
- Tanaya, D., & Rastini, N. M. (2016). Peran Kepedulian pada Lingkungan Memediasi Pengetahuan tentang Lingkungan terhadap Niat Pembelian Produk Hijau. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.4, No. 4.
- Vacarro, V. L. (2009). B2B green marketing and innovation theory for competitive advantage. *Journal of system and information technology*, vol 11 iss 4 pp 315-330.
- Wu, S.-I., & Chen, J.-Y. (2014). A Model of Green Marketing Consumption Behavior Constructed by the Theory of Planned Behavior . *International Journal of Marketing Studies*, Vol.6, No. 5, pp 119-132.