

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Alamsyah, & Purnama, D. (2016). *Green Marketing Strategy: Hubungan Green Perceived Value Dan Green Trust*. .
- Andayani, N. N., & Aqil, M. (2016). Aplikasi model regresi step wise dalam penentuan hasil jagung putih.
- Ayobandung.com. (2019). *siap-siap warga bandung harus bayar rp5000 untuk kantong plastik*. Diambil kembali dari <https://www.ayobandung.com>.
- Chrisjatmiko, K. (2018). Menuju green loyalty: Pengaruh green perceived risk, green image, green trust dan green satisfaction. (studi pada produk ramah lingkungan).
- Cnnindonesia.com. (2019). *alternatif kantong plastik saat berbelanja*.
- Detik.com. (2018). *membawa tas belanja sendiri*. Diambil kembali dari <https://news.detik.com>.
- Diet kantong plastik*. (2016). Surat edaran KLHK harga dan mekanisme penerapan kantong plastik berbayar. Diambil kembali dari <https://www.dietkantongplastik.info>
- Era. (2019). *Anies minta warganya tak bungkus daging kurban pakai kantong plastik*. Diambil kembali dari <https://www.era.id>
- Ferraz, & Batista, S. (2017). Green products: a cross cultural study of attitude, intention, and purchase behavior.
- Ghozali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivarietedengan Program IBM SPSS 23*. . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. .
- Gil, M. T., & Jacob, J. (2018). Hubungan antara green perceived quality dan green purchase intention: pendekatan mediasi 3 jalur menggunakan green satisfaction dan green trust.
- Ginting, O. H. (2018). Pengaruh Green Advertising, Eco Brand dan Green Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pertamina pada Masyarakat Kota Medan.
- Hair, J., J.F, G.T.M, Hult., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage Publications, Inc.
- Henseler, J, Chin, W, W, & Fassott. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika*. . Bandung: PT.Refika Aditama. .

- Ithof, M. (2019). Minimnya tingkat kesadaran dan akuntabilitas masyarakat terhadap lingkungan sekitar.
- Khoiruman, & Haryanto. (2017). Green Purchasing Behavior Analysis of Government Policy About Paid plastic Bags. *Indonesian journal of sustainability accounting and management*, 33.
- Khoiruman, M., & Wariati, A. (2017). Analisa green purchasing behavior konsumen supermarket di Surakarta pasca kebijakan pemerintah tentang pembelian kantong plastik berbayar. *Prosiding Seminar Nasional AIMI*.
- Kompas.com. (2019). *yuk konsisten diet plastik*. Diambil kembali dari <https://lifestyle.kompas.com>.
- kompasiana.com. (2019). pengguna plastik seharusnya bisa ditekan. Diambil kembali dari <https://kompasiana.com>
- Kubrowati, Ivana, D. A., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Green Perceived Value, Green Perceived Risk Dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intentions (Survei Pada Pengunjung.The.Body.Shop di Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bi. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 46 No.1*.
- Kurniawati, N. R., & Nina, P. (2018). Pengaruh green perceived value, dan green perceived quality untuk meningkatkan green satisfaction yang berdampak pada repurchase intention (Pada Konsumen Rumah Makan Kehidupan Tidak Pernah Berakhir Bandung).
- Lin, J., Lobo, A., & Leckie, C. (2017). Peran manfaat dan transparansi dalam membentuk green perceived value, self-brand connection dan brand loyalty.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing sukses*. Yogyakarta.
- Merdeka. (2018). *Pemkot bandung godok perwal larangan penggunaan kantong plastik*. Diambil kembali dari m.merdeka.com
- Mufaqih, I. (2017). *Peran kepercayaan hijau dalam memediasi persepsi nilai hijau terhadap perilaku hijau pada produk lampu LED*, 15.
- Nasution, D. H. (2017). Pengaruh Green Perceived Risk terhadap Green Purchase Intention yang dimediasi oleh Green Trust Studi Pada Produk Lampu Philips LED di Kota Bandung.
- Novianti, A. I., & Kartika, L. (2017). Pengaruh green marketing kebijakan kantong plastik berbayar terhadap green behavior masyarakat kota Bogor.
- Okezone.com. (2018). ada 160 ton sampah plastik setiap harinya di-bandung kebanyakan dari toko ritel. Diambil kembali dari <https://news.okezone.com>
- Pramudhita, N. D. (2018). Pengaruh Green Perceived quality terhadap green trust dengan green satisfaction sebagai variabel intervening pada konsumen rumah karung goni bandung tahun 2018.
- Priyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Surabaya: Zifatama publishing.

- Putra, A. P. (2016). Pengaruh Environmental Behavior terhadap Green Purchasing behavior pada masyarakat Kota Bandung.
- Putra, I. P., & Suryani, A. (2016). Peran green trust dalam memediasi pengaruh green perceived value terhadap green purchase behavior. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* .
- Putra, K. D., & Rastini, N. M. (2017). Pengaruh green perceived value dan green perceived quality terhadap green satisfaction dan green trust. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, 2792*.
- Rahardjo, F. A. (2015). The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust towards green purchase intention of inverter air conditioner in surabaya. *iBuss Management Vol. 3*.
- Rahayu, L. M., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian konsumen Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia . *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Rakhmawati, D., Puspaningrum, A., & Hadiwidjojo, D. (2019). Hubungan green perceived value, green brand image, dan green trust terhadap green purchase intention.
- Ramayah, Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., Memon, & Ali, M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Kuala Lumpur: Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Metode penelitian untuk bisnis*. Wiley (edisi Ketujuh).
- Setyaningrum, Udaya, & Efendi. (2015). *Prinsip - prinsip pemasaran*. yogyakarta: penerbit andi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2016). *Statistika Deskriptif dan Probabilitas*. . Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Sunyoto. (2018). *konsep dasar riset pemasaran & perilaku konsumen*. yogyakarta: caps.
- Upayani, N. K., Susrusa, K. B., & Anggreni, I. G. (2019). Pengaruh Unsur-Unsur Customer Experience terhadap Minat Pembelian Kembali (Studi Kasus pada Konsumen Anomali Coffee Ubud) .
- Utami, N. M., & Pramudana, K. A. (2017). Peran green trust dalam memediasi pengaruh green perceived value terhadap green purchase behavior. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 6*.
- Wijaya, B. S., & Sahetapy, W. L. (2019). Analisis pengaruh customer relationship management terhadap customer satisfaction serta customer loyalty studi pada kafe damgo makassar.

Zulfikar, R., & Mayvita, P. A. (JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen).
The Relationship of Perceived Value, Perceived Risk, and Level of Trust. *2018*.