

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. (2021). *Mengenai Lebih Dekat Bahan Dasar Kosmetik*. Alo Dokter.
<https://www.alodokter.com/Bahan-Kosmetik-adalah-Kimia-Jadi-Bisa-Berbahaya>
- Akbar, M. A. A., & Zuliestiana, D. A. (2019). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product Pada Starbucks Di Kota Bandung*. Universitas Telkom.
- Amani, H. M. (2020). *Peran Customer Attitude Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Love Beauty and Planet di Jawa Barat & Jakarta*. Universitas Telkom.
- Ambar, R. (2021). *Limbah Mikroplastik Industri Kosmetik, Bagaimana Cara Mengatasinya?* Indonesiana.
<https://www.indonesiana.id/read/150358/limbah-mikroplastik-industri-kosmetik-bagaimana-cara-mengatasinya>
- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Atmaja, F. B., & Kuswantoro, F. (2018). Pengaruh Ecolabelling Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Image Produk di Wilayah Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Produk Kertas Sinar Dunia). *Efektif Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 15–26.
- Badan Pusat Statistik. (2021a). *Kependudukan*.
<https://www.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3>
- Badan Pusat Statistik. (2021b). *Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2019-2021*.
<https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/85/1/penduduk-kota-bandung-berdasarkan-kelompok-umur.html>
- Damaledo, Y. D. (2022). 96,7% Millennial dan Gen Z Indonesia Pilih Produk Ramah Lingkungan. Tirto. <https://tirto.id/967-millennial-dan-gen-z-indonesia-pilih-produk-ramah-lingkungan-gwrD>
- Diartika, E. I. A. (2021). *Modul pencemaran sampah dengan model argument drivent inquiry penelitian di TPA Supit Urang Malang*. Madza Media.

- Djajadiwangsa, K. P., & Alversia, Y. (2022). Sustainable Beauty : Pengaruh Eco-Label , Product Attributes , Perceived Consumer Effectiveness (PCE), dan Environmental Awareness terhadap Green Purchase Behavior. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 121–137.
- Dukcapil. (2022). *Dukcapil Kemendagri Rilis Data Penduduk Semester I Tahun 2022, Naik 0,54% Dalam Waktu 6 Bulan*. <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1396/dukcapil-kemendagri-rilis-data-penduduk-semester-i-tahun-2022-naik-054-dalam-waktu-6-bulan>
- Febrianty, F., Nurmiati, N., Parinduri, L., Sirait, S., Leuwol, N. V., Julyanthry, J., Dharma, E., & Sudarso, A. (2020). *Pengantar Bisnis: Etika, Hukum & Bisnis Internasional*. Yayasan Kita Menulis.
- Handayani, F., & Setyorini, R. (2020). Pengaruh Green Marketing Tools Terhadap Consumer Buying Decision Process (Studi Pada Konsumen Produk Love Beauty and Planet di Kota Bandung). *eProceedings*, 7(2), 1–8. Universitas Telkom
- Immanichi, G., & Dewi, C. K. (2020). *Pengaruh Environmental Consiousness, Green Advertising, Eco-Label dan Price terhadap Buying Decision Green Product Pada Tupperware (Studi Konsumen Generasi Milenial di Jawa Barat)*. Universitas Telkom.
- Julyanthry, J., Sartika, S. H., Ismail, M., Permadi, L. A., & Siagian, E. M. (2022). *Perilaku Konsumen: Implikasi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Kementerian Perindustrian. (2019). *Kemenperin Optimistis Pertumbuhan Industri Kosmetik Sentuh 9 Persen*. <https://kemenperin.go.id/artikel/20557/Kemenperin-Optimistis-Pertumbuhan-Industri-Kosmetik-Sentuh-9-Persen>
- Khaerunnisa, R. (2022). *The Body Shop luncurkan kampanye perubahan iklim “Be Seen Be Heard.”* Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2909745/the-body-shop-luncurkan-kampanye-perubahan-iklim-be-seen-be-heard>
- Kompas. (2022). *Beauty Expo 2022 jadi Ajang Unjuk Gigi Industri Kosmetik Indonesia*. <https://www.kompas.tv/article/326268/beauty-expo-2022-jadi-ajang-unjuk-gigi-industri-kosmetik-indonesia>

- Kristiana, Y. (2019). *Buku Ajar Studi Ekowisata*. Deepublish.
- Laela, & Asdar, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan*. Penerbit NEM.
- Larasati, F. (2021). *Pengaruh Green Product Terhadap Brand Image Nature Republic Pada Konsumen Produk Nature Republic*. Universitas Telkom.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Mutiah, D. (2022). *Harga Produk Ramah Lingkungan Tak Selalu Ramah di Kantong*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4892353/harga-produk-ramah-lingkungan-tak-selalu-ramah-di-kantong>
- Nadhifah, E. A., Cahyaningtyas, N. W., & Sulistyani, T. (2020). *Hubungan Green Product, Green Price, Green Promotion dan Environmental Awareness dengan Keputusan Pembelian Produk UMKM Woba Craft Kecamatan Balapulang Kabupaten Tegal*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Nastiti, D. M. (2019). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. PT Penerbit IPB Press.
- Nugraha, J. (2022). *Pentingnya Kepedulian Terhadap Lingkungan, Ketahui Penerapannya*. Merdeka. <https://www.merdeka.com/jateng/pentingnya-kepedulian-terhadap-lingkungan-ketahui-penerapannya-kln.html>
- Parmawati, R. (2018). *Ecology, Economy, Equity: Sebuah Upaya Penyeimbangan Ekologi dan Ekonomi*. Universitas Brawijaya Press.
- Pin, P. (2020). *Peranan Keluarga Tjong Yong Hian terhadap Pembangunan Indonesia*. Literasi Nusantara.
- Putri, A. S. (2022). *Hari Bumi: Ketahui 10 Masalah Lingkungan Terbesar Tahun 2022*. Fimela. <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4945631/hari-bumi-ketahui-10-masalah-lingkungan-terbesar-tahun-2022>
- Putri, C. N. (2022). *Limbah Kosmetik Kian Mengkhawatirkan, Ini yang Bisa Dilakukan untuk Selamatkan Lingkungan*. Grid. <https://www.grid.id/parapuan/read/533182026/limbah-kosmetik-kian-mengkhawatirkan-ini-yang-bisa-dilakukan-untuk-selamatkan-lingkungan?page=all>
- Rachmi, A., IstiningWardani, R. T., & Sudjanarti, D. (2022). The Effect of Green

- Product Attributes and Eco Label Information on Green Purchasing Decision (A Study on Consumers of Rinso Anti – Stained Detergent). In *3rd Annual Management, Business and Economics Conference (AMBEC 2021)*, 109–117. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-026-8>
- Savarini, M. P., & Oktafani, F. (2021). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Indonesia*. Universitas Telkom.
- Sewwandi, J. P. N., & Dinesha, P. K. C. (2022). The impact of green marketing tools on green product purchase behavior: the moderation effect of consumer demographics. *Asian Journal of Marketing Management*, 1(1), 89–114. <https://doi.org/10.31357/ajmm.v1i01.5469>
- Siagian, D., & Sugiarto. (2000). *Metode statistika untuk bisnis dan ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, M. A. S., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Environmental Awareness Dan Green Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Aqua Di Kota Medan Dengan Eco-label Sebagai Variabel Mediasi. *eProceedings of Management*, 8(5), 1–40.
- Sofwan, H., & Wijayangka, C. (2021). *Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pijakbumi Di Kota Bandung*. Universitas Telkom.
- Sondakh, D. S. I., & Lopian, S. L. H. V. J. (2022). *Penerbangan Ramah Lingkungan Implementasi Green Marketing pada Penerbangan Nasional*. Penerbit Lakeisha.
- Song, Y., Qin, Z., & Yuan, Q. (2019). The Impact of Eco-Label on the Young Chinese Generation: The Mediation Role of Environmental Awareness and Product Attributes in Green Purchase. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su11040973>
- Srihadi, R. H., & Pradana, M. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop Bandung*. Universitas Telkom.
- Subagio, R. (2021). *Is The Body Shop a Cosmetics Company?* Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/rudysubagio6092/613c12850101905a6b470012/is-the-body-shop-a-cosmetics-company>

- Sударsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sumarwan, U., & Tjiptonon, F. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. PT Penerbit IPB Press.
- Suprobo, F. P., & Mutfianti, R. D. (2020). *Dimensi Inovasi Lingkungan Kampung Hijau Dalam Surabaya Menuju Sustainable Green City*. Scopindo Media Pustaka.
- Sutha, D. W. (2021). *Biostatistika*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Tan, C. N. L., Ojo, A. O., & Thurasamy, R. (2019). Determinants of green productbuying decision among young consumers in Malaysia. *Young Consumers*, 20(2), 121–137. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0898>
- Widi, S. (2022). *Ada 68,66 Juta Generasi Z di Indonesia, Ini Sebarannya*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/ada-6866-juta-generasi-z-di-indonesia-ini-sebarannya>
- Widianti, N. (2019). *Kandungan Kosmetik yang Memberikan Dampak Buruk bagi Lingkungan*. Sociolla. <https://journal.sociolla.com/beauty/kandungan-kosmetik-yang-buruk-bagi-lingkungan>
- Yuniarto, B. (2013). *Membangun Kesadaran Warga Negara Dalam Pelestarian Lingkungan*. Deepublish.