

DAFTAR REFERENSI

- Aan, W. (2023). *Konstruksi Dan Persepsi Batik Peter L. Berger : Monograf*. Jepara, Jawa Tengah: Unisnu Press.
- Aimi, S. (2016). *Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger*.
- Ajat, R. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Sleman, D.I Yogyakarta: Deepublish.
- Albi, S. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Cv Jejak (Jejak Publisher).
- Annita, R. (2013). *Business As Unusual*. Jakarta Pusat: Gramedia Pustaka Utama.
- Asmanidar. (2021). Telaah Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger. *Abrahamic Religions* 1(1):99–107.
- Alhally, A. (2020). Pengaruh Kepedulian, Pengetahuan, Sikap, Inisiatif Pemerintah, Tekanan Teman Sebaya Dan Spiritualitas Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan Di Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen* 4(2):130. doi: 10.31602/atd.v4i2.3032.
- Bagong, S. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta Timur: Prenada Media.
- Berger, Peter L, Langit Suci; (1990) *Agama sebagai Realitas Sosial*, Jakarta: LP3ES, 1991 dan Thomas Luckmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan; Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*, Jakarta: LP3ES.
- Fisardo, D. H. (1998). Hubungan antara Motif Rasional dan Motif Emosional dengan Loyalitas terhadap McDonald's. *Anima*, Vol. 14 No. 53 Universitas Surabaya.
- George, R. (2012). *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Handayani, W., & Prayogo, R.A. (2017). Green Consumerism: An Eco - Friendly Behavior Form Through The Green Product Consumption and Green Marketing. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 7(2), 25-29.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 2(1):37–44. doi: 10.26533/jmd.v2i1.345. *Terakhir Postmodern*. Yogyakarta.
- Irawan, S. (2021). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Irland, L. C. (1993). Wood Producers Face Green Marketing Era: Environmentally Sound Products. *Journal of Wood Technology*, 17, 120–134.
- Ismail, H. S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Tangerang, Banten: Media Sahabat Cendekia.
- Jannah, L. & Hernawati, E. (2021). Konsep Green Marketing Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Indonesia. *Jurnal Bina Manajemen* 9(2):92–112. doi: 10.52859/jbm.v9i2.157.
- Laurens, S. Wenno, I. H & Zacharias, T. (2019). *Metode Penelitian Sosial Teori Dan Aplikasi*. Sidoarjo, Kec. Pulung, Kab. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia
- Liamputtong. (2009). Qualitative data analysis: conceptual and practical considerations. *Health Promotion Journal of Australia*, Vol. 20, No. 2, Hal. 133.
- Marliani, Indah, & Apriatni. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Body Shop (Studi Kasus Pelanggan The Body Shop Kota Semarang). *Jurnal Undip* Vol.3:1–8.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Nadiya, A. F, & Ishak. A. (2022). Analisis Niat Beli Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 1(3):186–204.
- Nassivera, F. & Sillani, S. (2014). Consumer Perception and Motivation Choise of Minimally Processed Vegetables a Case Study in Italy. *Biritish Food Journal*.
- Nielsen. (2018). The Evolution of The Sustainability Mindset. Retrieved Januari 12, 2021
- Nur, S. (2018). *Metodologi Penelitian Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian*. Sidoarjo, Jawa Timur: Zifatama Jawa.

- Ramadhani, Khairani. (2011). Gambaran Umum Perusahaan The Body Shop. *Jurnal Administrasi Bisnis* 9(3):22–52.
- Setyawan, D., & Rahman, A. (2013). Eksplorasi Proses Konstruksi Pengetahuan Matematika Berdasarkan Gaya Berpikir. *Jurnal Sainsmat* II(2):140–52.
- Siringi, R. (2012). Determinants of Green Consumer Behavior of Postgraduate Teachers. *IOSR Journal of Business Management (IOSR-JBM)*, 6(3), 19–25.
- Srihadi, R. H., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop Bandung. *eProceedings of Management*, 8(4).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Society* 4(1):15–22. doi: 10.33019/society.v4i1.32.
- Sutrisno. (2021). Sikap Dan Perilaku Konsumen Rumah Tangga Terhadap Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 31(2):120–33. doi: 10.23917/jpis.v31i2.16243.
- The Body Shop*. (2023). About us The Body Shop. Retrieved (<https://www.thebodyshop.co.id/>)
- Ulber, S. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Consumer Behavior in Purchasing Environmentally Friendly Products. *Management, Cooperatives, and Entrepreneurship* 9(2):208–23.
- Xie, B., Wang, L., Yang, H., Wang, Y., & Zhang, M. (2015). Consumer Perceptions and Attitude of Organic Food Products in Eastern China. *British Food Journal* 117(3):1105-1121
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta Timur: Prenada Media.