

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Afriadin, Mutmainah, I., & Sonani, N. (2023). *The Effect Of Green Marketing Mix On Purchasing Decisions (Case Studies On Non-Member Tupperware Consumers In Jabodetabek)*. 84–95.
<https://ejournalunb.ac.id/index.php/JP/article/view/705>
- Amalia, A. P., Hadi, S. P., & Prabawani, B. (2023). Pengaruh Green Promotion Dan Green Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milo Activ-Go Uht (Studi Pada Konsumen Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 1019–1028.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/39862>
- Amin, M. Al, Widarko, A., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent. *e – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1181–1192.
<http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/7265>
- Chaniago, C., & Live, N. (2021). Effect Of Green Advertising, Green Product On Purchase Decisions With Brand Image As Intervening Variable Variabel. *Indonesian Journal Of Business And Economics*, 4(1).
<https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijbe/article/view/4258>
- Irsalina, N., & Susilowati, H. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(1), 41–51.
<https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika/article/view/268>
- Jannah, H., & Ismail, A. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Decision Dalam Menggunakan Eco Friendly Product. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 390–398.
<https://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/view/636/379>
- Khoiruman, M., & Purba, S. D. A. (2020). Pengaruh Green Product, Green Price, Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Essential Oail Di Rumah Atsiri Indonesia. *Journal Of Business And Management*, 7(1), 46–54.
<https://E-Journal.Stie-Aub.Ac.Id/Index.Php/Kelola/Article/View/645>
- Kiftiah, T. (2021). Skripsi Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Medan Area*.
- Lestari, A. D., Nursanta, E., Widiyarsih, & Masitoh, S. (2023). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Tumbler Starbucks Tangerang. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan*

Auditing, 4(1), 275–288.

<https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jaka/article/view/8365>

Nurlaila. (2023). Skripsi Pengaruh Green Marketing Terhadap Perceived Value Dan Keputusan Pembelian Pada Produk The Body Shop Di Kota Tangerang Selatan. *Universitas Islam Negeri (Uin) Syarif Hidayatullah Jakarta*.

Nasution, L. N. I. S., Salqaura, S. A., & Husman, H. C. P. (2023). Pengaruh Green Product Dan Green Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware Pada Masyarakat Di Kecamatan Tapian Dolok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7487–7501.

<https://journal.yrpiuku.com/index.php/msej/article/view/2697/1870>

Pertiwi, N. H., & Paulus, A. L. (2022). Green Marketing Mix Dan Keputusan Pembelian Konsumen Amdk Ades Di Kota Madiun. *Jrma | Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(3).

<http://portal.widyamandala.ac.id/jurnal/index.php/jrma/article/view/1067/1032>

Puspasari, L., & Milenia, D. P. (2022). Pengaruh Environmental Awareness, Green Product Features, Green Product Price, Green Product Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Body Shop Di Dki Jakarta Lidia. 11(2), 2022.

<https://jurnal.ubs-usg.ac.id/index.php/joeb/article/view/93>

Rahmi, Nelly, Nurfiani Syamsuddin, & Muhammad Nawir. (2021). Pengaruh Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Minum Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Sociohumaniora Kodepena (Jsk)*, 2(2), 250–263.

<https://jsk.kodepena.org/index.php/jsk/article/view/76>

Sofwan, H., & Wijayangka, C. (2021). The Effect Of Green Product And Green Price On The Purchase Decision Of Pijakbumi Products. *E-Proceeding Of Management*, 8(5), 6054–6066.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16324>

Sudjatmiko, G., & Soegoto, D. S. (2019). *The Influence Of Green Location Strategy, Green Price, And Green Promotions Toward Purchase Decision Of The Property*. 225(Icobest), 263–266.

<https://www.atlantis-press.com/article.view/25906842>

Sukraeni, N. L. G., & Kusyana, D. N. B. (2022). “Meningkatkan Keputusan Pembelian Dengan Meningkatkan Green Marketing Mix.” *Widyaamrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(4), 1206–1216.

<https://Ejournal.Unhi.Ac.Id/Index.Php/Widyaamrita/Article/View/1584>

Suryawan, I. P. E., Wimba, I. G. A., & Dewi, I. A. S. (2022). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman pada

Restoran Braga Permai Cabang Bali. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4), 1084–1095.

<https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1612/1375>

Widodo, S. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merk Sharp Di Electronic City Cipinang Indah Mall Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 23–34. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/365>

Zaky, M. H., & Purnami, N. M. (2020). Green Marketing Mix Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Big Tree Farms Di Lotus Food Services. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://www.researchgate.net/publication/339174647>

Buku:

Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran (Dasar Dan Konsep). Qiara Media.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (9 Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hendra, Yanti, R., Nuvritasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Sertiawan, Z., Susanto, D., Harsoyo, T. D., & Syarif, R. (2023). Green Marketing For Business (Konsep, Strategi & Penerapan Pemasaran Hijau Perusahaan Berbagai Sektor). Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.

Kirgiz, A. C. (2016). Green Marketing: A Case Study Of The Sub-Industry In Turkey. Palgrave Macmillan.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran (17th Ed.). Pt Indeks.

——— & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran (12th Ed.). Pt Indeks.

Manongko, & Allen. (2018). Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior). In *Manado: Yayasan Makaria*.

Mukonza, C., Hinson, R. E., Adeola, O., Adisa, I., Mogaji, E., Ayça, ., & Kirgiz, C. (2021). Pemasaran Hijau di Pasar Berkembang: Perspektif Strategis dan Operasional, Studi Palgrave tentang Pemasaran di Ekonomi Berkembang.

Sitoyo, S. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (2 Ed.). Alfabeta.

Zain, D., Rukmana, A. Y., Stiadi, M., Mauliza, P., Luturmas, F. B., Lotte, L. N. A., Purba, A. P. P., Mufarokhah, N., Lusianingrum, F. P. W., Hermina, U. N., Sofyanty, D., & Elida, S. S. (2023). Manajemen Pemasaran. Get Press

Indonesia.

Website

Top Brand Award. (2022). Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand. *Top brand award*.

<https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>

Tupperware. (2024). *Tupperware Tentang Kami*. 2024.

<https://www.tupperware.co.id/tentang-kami>

