

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Ammar, M. ‘Atha dan Kuswati, R. (2022) “The Effect of Environmental Knowledge and Environmental Risk Perception on Sustainable Consumption mediated by Environmental Concern Pengaruh Pengetahuan Lingkungan dan Persepsi Risiko Lingkungan Terhadap Konsumsi Berkelanjutan yang dimediasi oleh Kepedul,” *Prosiding 16th Urecol: Seri Mahasiswa Student Paper*, hal. 548–564.
- Agustin, E.E. dan Maisyaroh, W. (2019) “Hubungan Pengetahuan Lingkungan dan Persepsi Keparahatan Terhadap Sikap Dan Perilaku Peduli Lingkungan Pada Siswa Sman 5 Jember Tahun Pelajaran 2018 / 2019,” *ALVEOLI: Jurnal Pendidikan Biologi*, 1(1), hal. 81–90.
- Aprilisya, N., Kerti Yasa, N. dan Giantari, I. (2017) “Peran Sikap Memediasi Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan,” *None*, 6(4), hal. 254624.
- Assael, H. (2015) *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fifth Edit. Cincinnati Ohio: South-Western College Publishing.
- Aydin, H. dan Aydin, C. (2022) “Investigating consumers’ food waste behaviors: An extended theory of planned behavior of Turkey sample,” *Cleaner Waste Systems*, 3(February), hal. 100036. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.clwas.2022.100036>.
- Baihaqi, A.R., Zulkarnain dan Wijayanto, G. (2021) “Analisis Pengaruh Planned Behavioral Lip Cream Kosmetik Wardah Terhadap *Purchase Intention* Dan Consumer Buying Behavior Secara Online,” *Al-Iqtishad*, 1(17), hal. 79–102.
- Cabeza-Ramírez, L.J. *dkk.* (2022) “Impact of the Perceived risk in influencers’ product recommendations on their followers’ purchase *Attitudes* and intention,” *Technological Forecasting and Social Change*, 184(January). Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121997>.
- Cahyadi, A. (2018) *PENGARUH SIKAP LINGKUNGAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN HIJAU DENGAN GENDER SEBAGAI VARIABEL MODERATOR*. UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.
- Cheah, I. dan Phau, I. (2011) “Attitudes towards environmentally friendly products,” *Marketing Intelligence & Planning*, 29(5), hal. 452–472.
- Durianto, D. (2013) *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Ekawati, T. (2020) “Kajian faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli produk organik,” *Journal of Business and Information Systems*, 2(1), hal. 32–45. Tersedia pada: <https://doi.org/10.36067/jbis.v2i1.35>.
- Evelyna, F. (2021) “Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembeiiian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, VIII(1), hal. 1. Tersedia pada: <https://doi.org/10.54131/jbma.v8i1.113>.
- Farhanah, A. dan Kusumastuti, A.E. (2020) “Kesadaran Produk Ramah Lingkungan Sebagai Mediasi: Kepedulian Lingkungan Dan Efektivitas Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian,” *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(1), hal. 65–80. Tersedia pada: <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i1.80>.
- Fathurrahman, A. dan Anggesti, M. (2021) “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi),” *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), hal. 113. Tersedia pada: <https://doi.org/10.30736/jesa.v6i2.125>.
- Ferry Wibowo, S. (2011) “Karakteristik Konsumen Berwawasan Lingkungan Dan Hubungannya Dengan Keputusan Membeli Produk Ramah Lingkungan,” *Econosains Jurnal Online Ekonomi dan Pendidikan*, 9(2), hal. 192–202. Tersedia pada: <https://doi.org/10.21009/econosains.0092.09>.
- Fetrina, E. dan Utami, M.C. (2022) “Analisis Niat Beli Wanita terhadap Kosmetik Halal Berdasarkan Theory of Planned Behaviour (TPB),” *Applied Information System and Management (AISM)*, 5(2), hal. 105–110. Tersedia pada: <https://doi.org/10.15408/aism.v5i2.24849>.
- Fitriani (2022) “Minat Beli Ibu-Ibu Milenial Pada Produk Kosmetik Perspektif Theory Of Planned Behaviour,” *Al-Iqtishad*, 14(2), hal. 86–103.
- Fuady, I., Prasanti, D. dan Indriani, S.S. (2020) “Penerapan Teori Plan Behavior: Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Hidup Bersih dan Sehat,” *Jurnal Berkala Kesehatan*, 6(1), hal. 24–30. Tersedia pada: <https://doi.org/10.20527/jbk.v6i1.8638>.
- Henry, K., Adiwijaya, M. dan Subagio, H. (2017) “Pengaruh Perceived risk terhadap *Purchase Intention* dengan Mediasi Perceived Value dan Customer Attitude pada Pelanggan Online Shopping melalui Media Sosial Facebook di Surabaya,” *Petra Business & Management Review*, 3(2), hal. 22.
- Ismaulina dan Maisyarah (2020) “Pengaruh Labelisasi-Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Lhokseumawe),” *Mana jerial*, 12(2), hal. 185.

- Kadengkang, J.A. dan Linarti, U. (2020) “Pengukuran perilaku dan niat beli produk kosmetik halal melalui modifikasi theory of planned behavior (TPB),” *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 8(1), hal. 25. Tersedia pada: <https://doi.org/10.22219/jipt.v8i1.8769>.
- Khasanah, N.M. dan Supriyanto, A. (2022) “Minat Beli Produk Halal Samyang Food ditinjau dari Theory Of Planned Behavior pada Generasi Muslim di Kabupaten Kudus,” *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(1), hal. 28–41. Tersedia pada: <https://doi.org/10.37531/amar.v2i1.134>.
- Kotler, P. (2015) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuswati, R., Purwanto, B.M. dan Sutikno, B. (2020) “Encouraging pro-environmental behavior through consumer innovativeness,” *Advances in Business, Management and Entrepreneurship*, hal. 13–19. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1201/9780429295348-4>.
- Kuswati, R. dan Saleha, A. (2018) “Antecedents of online purchasing behavior Antesenden perilaku pembelian secara daring,” *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), hal. 39. Tersedia pada: <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.6655>.
- Malhotra, N.K. (2006) *Marketing Research An Applied Orientation*. United Stated of America: Prestice Hall.
- Manalu, V.G. (2020) “Minat Pembelian Produk Organik Di Indonesia : Theory Planned Behavior Yang Dikembangkan Dan Pengetahuan Produk Organik,” *Jurnal Agri Sains*, 4(2).
- Mulati, I.R. dan Kuswati, R. (2022) “Pengaruh Sikap Lingkungan Terhadap Perilaku Pro Lingkungan Yang Dimediasi Oleh Kepedulian Lingkungan Dan Kemauan Membayar Lebih,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 18(3), hal. 157–167.
- Pakpahan, A.K. dan Sembiring, R.J. (2022) “Faktor Determinan Trust, Attitude Dan Perceived Consumer Effectiveness Terhadap Purchase Intention Pada Green Fast Fashion di Indonesia,” *Jurnal Syntax Admiration*, 3(11), hal. 248–253.
- Pebrina, E.T. dkk. (2021) “Adopsi E-Commerce oleh Umkm di Banten: Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behavior,” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), hal. 4426–4438. Tersedia pada: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1484>.
- Pratiwi, D.D. (2020) “Factors Affecting Green Purchase Behavior of Cosmetic Products Among Millennial Consumers in Indonesia,” *Relevance: Journal*

- of Management and Business*, 3(2), hal. 126–135. Tersedia pada: <https://doi.org/10.22515/relevance.v3i2.2946>.
- Prawesti, Nurul Dwi dan Widodo, A. (2020) “Dampak Sikap Lingkungan (*Environmental Attitude*) Terhadap Perilaku Pembelian Hijau (*Greenpurchase Behavior*); Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta),” *e-Proceeding of Management*, 7(1), hal. 1194–1200.
- Purwantini, F. dan Tripalupi, L.E. (2021) “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli,” *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), hal. 48. Tersedia pada: <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.29201>.
- Rahman, S., Hossain, I. dan Hossain, G.S. (2020) “Factors Affecting Consumers’ Green Purchase Behavior Towards Energy Saving Lights in Bangladesh: the Mediating Role of Green *Purchase Intention*,” *International Journal of Information, Business and Management*, 12(3), hal. 19–38.
- Rangkuti, F. (2017) *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rini, A.S., Sukaatmadja, I.P.G. dan Giantari, I.G.A.K. (2017) “Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Sikap Terhadap Kepedulian Lingkungan Dan Niat Beli Produk Hijau ‘the Body Shop’ Di Kota Denpasar,” *Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), hal. 137–166.
- Rois, M. dan Simanjuntak, M. (2020) “Nilai dan Kontrol Diri sebagai Faktor Pembentuk Sikap dalam Perilaku Pembelian Impulsif Antargenerasi,” *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 13(3), hal. 262–276. Tersedia pada: <https://doi.org/10.24156/jikk.2020.13.3.262>.
- Saraswati, D.S. dan Puspita, R.A. (2021) “Pengaruh *Attitude* toward Green Brand dan Green Brand Knowledge terhadap Green *Purchase Intention* pada Generasi Milenial,” *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(2), hal. 1096–1104. Tersedia pada: <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i2.28541>.
- Sari, F.M., Makhrian, A. dan Buldani, K. (2019) “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu),” *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 5(1). Tersedia pada: <https://doi.org/10.37676/professional.v5i1.709>.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. (2012) *Perilaku Konsumen*. 12 ed. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

- Sulasih, S. *dkk.* (2022) “Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace Dengan Theory Planned Behaviour Dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi Dengan Analisa Partial Least Square (PLS),” *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), hal. 1–20. Tersedia pada: <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.5718>.
- Tjiptono, F. (2016) *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Trikrisna, A.S. dan Rahyuda, I.K. (2018) “Perilaku Remaja Putri Dalam Pembelian Produk Hijau ‘the Body Shop’ Di Kota Denpasar,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(7), hal. 1963–1982.
- Wiridjati, W. dan Roesman, R.R. (2018) “Fenomena Penggunaan Media Sosial dan Pengaruh Teman Sebaya pada Generasi Milenial terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2).
- Wirya, Y.H. dan Syah, T.Y.R. (2022) “Consumer Product Involvement, Attitude and Cognition Towards Ad, and Perceived Value Concerning Purchase Intentions,” *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 13(2), hal. 173–184.
- Zhang, K. (2018) “Theory of Planned Behavior: Origins, Development and Future Direction,” *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 7(5), hal. 76–83.
- Zhang, L. *dkk.* (2019) “Extending the theory of planned behavior to explain the effects of cognitive factors across different kinds of green products,” *Sustainability (Switzerland)*, 11(15), hal. 1–17. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3390/su11154222>.