

DAFTAR PUSTAKA

- Amallia, B. A., Effendi, M. I., & Ghofar, A. (2022). Pengaruh green advertising, green brand trust, dan sikap pada green product terhadap green purchase intention. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 68-84.
- Anjani, N., & Aksari, N. M. A. (2016). *Pengaruh Green Advertising, Eco Brand Dan Green Trust Terhadap Perilaku Pembelian Produk Hijau Di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Apriliani, T., & Aqmala, D. (2021). Pengaruh Green Brand Image, Green Perceived Value, Green Awareness Dan Green Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 66-75.
- Audah, I. (2022). Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Penggunaan Bisphenol A pada Kemasan Air Minum. *Jurist-Diction*, 5(5).
- Aulia, G., & Mita, S. R. (2023). Review Artikel: Pengaruh Bisphenol-A (BPA)
- Chen, Yu. Shan. 2010. The Driver of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*. 9(3) : 307-319.
- Chen, Chai. 2010. Attitude towards the environment and green product. *Journal of management science and engineering*. 4(2) : 211-228.
- Chen, Y. S. and C. H. Chang. 2012. Enchance green purchase intention: the roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *jurnal of management decision*. 50(3) : 303-328.
- Chen, Yu Shan dan Ching H Chang, 2012, 'Meningkatkan Niat Membeli Ramah Lingkungan: Peran Nilai yang Dirasakan Ramah Lingkungan, Risiko yang dirasakan Ramah Lingkungan, dan Kepercayaan Ramah Lingkungan', *Keputusan Manajemen Jurnal*, jilid. 50, tidak. 2, hal.0025-1747. *Psikologi dan Pemasaran*, jilid. 18, tidak. 4, hal.389-413.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegor

- Hernizar, A. T., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2020). Pengaruh green product dan green brand awareness terhadap green purchase intention. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 263.
- Kusuma, P. N. P. D., & Handayani, R. B. (2018). The effect of environmental knowledge, green advertising and environmental attitude toward green purchase intention. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 78(6), 95-105.
- Laksmidewi, D. (2016). Studi Tentang Efek Green Advertising Pada Intensi Membeli Dengan Perilaku Peduli Lingkungan Sebagai Moderasi. *Jurnal Manajemen*, 20(1), 35-47.
- Lestari, N. I. (2020). Pengaruh green awareness terhadap keputusan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan konsumen generasi Y. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 3(1), 36-48.
- Naftalia, A. S. M. C., & Suparna, G. (2017). Pengaruh Green Brand Image Dan Green Perceived Value Terhadap Green Trust Dan Green Brand Equity. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12), 6526-6560.
- Hernizar, A. T., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2020). Pengaruh green product dan green brand awareness terhadap green purchase intention. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 263.
- Osiyo, A. K. M. (2018). Pengaruh green marketing terhadap green brand image dan purchase intention pelanggan pada starbucks coffee malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1-9.
- Puspitasari, C. A., Yuliati, L. N., & Afendi, F. (2021). Pengaruh green marketing, kesadaran lingkungan dan kesehatan terhadap keputusan pembelian produk pangan organik melalui sikap. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 7(3), 713-713.
- Rahimah, A., Tanzil, R., & Hikmah, M. (2022). Peran Green Advertising terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 104-120.
- Rakhmawati, D., Puspaningrum, A., & Hadiwidjojo, D. (2019). Hubungan green perceived value, green brand image, dan green trust terhadap green purchase intention. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 15(1), 1-16.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif (Untuk Perbaikan Kinerja dan Pengembangan Ilmu Tindakan)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta. Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, Sekretariat Negara. Jakarta (2009). Indonesia.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Andi.

