

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M. Y. D. H. (2019). *Green Marketing - The Context of Indonesia and Philipphines*. Lambert Academic Publishing.
- Apriza, A. Y., Sulhaini, S., & Sagir, J. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Status Sosial Eekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Barang Bbekas di Pasar Karang Sukun. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 12–22. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2675>
- Arif, M. (2020). Product Quality, Influence of Price and E-Commerce on People'S Buying Interest on Umkm. *International Proceeding of Law and Economic*, 12(15), 104–111. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/iple/article/view/3912%0Ahttps://journal.pancabudi.ac.id/index.php/iple/article/download/3912/3625>
- Astuti, M. D., Astuti, M., & Sholihah, D. R. (2021). Pengaruh 4P Green Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Bloomka Skincare. *Prosiding SENAPENMAS*, 1311. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15204>
- Azad, P. K., & Laheri, V. K. (2014). Consumer Adoption of Green Products and Their Role in Resource Management. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, 5(3), 22–28. <https://www.ijcms.in/index.php/ijcms/article/view/364>
- Budianti, F., Nurtjahjadi, E., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Jenderal Achmad Yani, U., & Artikel, R. (2023). Pengaruh Green Product dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Tupperware (The Influence of Green Product and Perceived Price on Interest in Buying Tupperware Products). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen (Jakman)*, 4(3), 195–207. <https://doi.org/10.35912/jakman.v4i3.1888>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa. <https://books.google.co.id/books?id=OQzBDwAAQBAJ&printsec=frontcov>

er&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Damayanti, A. E., Manggabarani, A. S., & Pusporini, P. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan Terkait Kualitas, Harga dan Desain Produk serta Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Kosmetik Brand Wardah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 125–151. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.125-151>
- Darmawan, G., & Suasana, I. (2021). The Role of Green Packaging Mediates the Effect of Green Product on Purchase Intention of Starbucks Tumbler (Study at Starbucks GriyaSantrian). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 128–134. www.ajhssr.com
- Dewi, M. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tuperware (Studi Pada Konsumen Mahasiswa UMS). *Naskah Publikasi UMS*, 03(2), 1–15. <https://eprints.ums.ac.id/92649/>
- Dewi, N. L. P. I. K., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Produk Ramah Lingkungan, Gaya Hidup Sehat, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tumbler Lion Star Di Denpasar. *Emas*, 4(10), 2459–2473. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/8289>
- Egryandi Putra, D., Erika Ananda Fatimah, C., & Syarif Hidayattullah Jakarta, U. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Pada Produk Starbucks Kaleng. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/XX..XXXXX/wanargi>
- Elvierayani, R. R., & Choiroh, F. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA). *Mandalika Mathematics and Educations Journal*, 2(1), 67–75. <https://doi.org/10.29303/jm.v2i1.1751>
- Enandini Ria. (2024). *Indonesia Urutan ke Lima Penghasil Sampah Plastik*. Rri.Co.Id. <https://rri.co.id/daerah/597027/indonesia-urutan-ke-lima-dunia->

penghasil-sampah-plastik

- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3 Ed)*. (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Informa. (2024). *Tumbler: Pilihan Ramah Lingkungan untuk Gaya Hidup Sehat*. Informa.Co.Id. <https://informa.co.id/inspirations/tumbler-pilihan-ramah-lingkungan-untuk-gaya-hidup-sehat>
- Irchamsyah Reza, F., Sholihin, U., Akbar, T., & Murdiyanto, E. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada MDA Collection. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 285–303. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i2.493>
- Kbaadmin. (2024). *Perbedaan Tumbler Corkcicle Ori Dan Kw Yang Wajib Diketahui*. Karyabintangabadi.Id. <https://karyabintangabadi.id/perbedaan-tumbler-corkcicle-ori-dan-kw/>
- Khalda, F. (2021). *Analisis Pengaruh Pendapatan, Harga, Selera, dan Religiusitas Terhadap Pembelian Produk Fashion Muslim di Instagram (Studi pada Muslimah Usia 19-25 tahun di Provinsi DKI Jakarta)*. 6.
- Koter, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing (Eighteenth Edition)* (Eightteent). Person Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, Llooyd, C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing (Eighth European Edition)* (Eighth Edi). Person Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing (Eighteenth Edition)* (Eighteenth). Person Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Iwan, S. (2016). *Marketing 4.0 Moving From Traditional to Digital*. Wiley.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (Xixteenth). Person Education Limited.
- Mahmoud, T. O. (2018). Impact of green marketing mix on purchase intention. *International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES*, 5(2), 127–135. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2018.02.020>
- Monongko, A. A. C. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. Yayasan Makaria Waya.
- Muli, C. M., Machmud, R., Abdussamad, Z. K., Pakaya, S. I., & Ismail, Y. L. (2024). Pengaruh Green Product Dan Green Brand Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Produk Tupperware Di Kota Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 10(10), 1173–1186.
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. CV. Pena Persada.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. PT. Grasindo.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, Riza, B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Tiga). Widya Gama Press.
- Pramesty, A. S., Mayasari, N., & Ismaya, H. (2021). Gaya Hidup Dan Status Sosial Dalam Meningkatkan Perilaku Konsumtif Belanja Online di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswi *Edutama*, 1(1), 1. <http://repository.ikipgribojonegoro.ac.id/1728/>
- Pratama, F. N. (2024). *Fenomena Tumbler Mahal, Gaya Hidup atau Pemborosan*. Rri.Co.Id. <https://rri.co.id/index.php/opini/791634/voxpop-fenomena-tumbler-mahal-gaya-hidup-atau-pemborosan>
- Puji, P. M., Della Saputri, Aprianti, Devi Arisandi, Putri Wahyu Ikasanti, & Tri Wahyuni. (2021). Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 91–102. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.370>
- Puspa Novita Sari. (2022). Analisis Pengaruh Zero Waste Lifestyle dan Green

- Perceived Value Terhadap Minat Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11, 382–388.
<https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.416>
- Rahmi, D. M., & Fadjar, N. S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(4), 539–549. <https://doi.org/10.21776/jdess.2022.01.4.04>
- Ratih, W. I. (2023). *Kenapa Tumbler Corkcicle Mahal? Ternyata Ini Alasannya*. Idxchannel.Com. <https://www.idxchannel.com/milenomic/kenapa-tumbler-corkcicle-mahal-ternyata-ini-alasannya>
- Santoso. (2019). *Statistika Hospitalitas*. Deppublish.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (Twelfth Ed). Person Education Limited.
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” Di Kota Tangerang. *STIE Indonesia Banking School*, 2, 1070–1079.
- Shidiq, L. M., Nurdin, S., & Sandini, D. (2024). Pengaruh Short Video Marketing Dan Green Product Terhadap Purchase Intention Tumbler Miniso. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(2), 2685–6972.
<https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Sinambela, L. P. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (Thirteenth). Person Education Limited.
- Sugiono. (2021). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Alfabeta.
- Suparni, & Daryanto, T. (2021). Pengaruh Green Marketing, brand awareness, and price terhadap purchase intention Tupperware. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 1–10. <https://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola/article/view/1119>

- Tounce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. CV. Adanu Abimata.
- Triwardhani, D., Yuliniar, Aswar, K., & Supriyadi, Y. N. (2022). *The Effect of Halal Label Perception, Lifestyle and Quality of Service on Purchase Decision at Starbucks Coffee in Indonesia*. Vol. 14, N.
- Widi, R. N., & Ramli, Y. (2024). *Journal of Sustainable Economic and Business*. 1(1), 49–58.
- Winarni, D. R. S. (2024). The influence of green products on green purchase intention mediated by green brand awareness. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 12(1), 44–51. <https://doi.org/10.35335/ijafibs.v12i1.285>
- Zakaria, Z., Aisyah, N., Saiful, Q., Santoso, E., Erliyana, N., Utami, E. Y., Buana, A., Thaha, S., Jambi, S., & Maret, U. S. (2023). the Influence of Lifestyle, Price, Brand Image, Packaging Quality and Product Quality on Purchase Interest of Starbucks Canned Products Customers. *Jurnal Scientia*, 12(03), 2023. <http://infor.seaninstitute.org/index.php>