

DAFTAR PUSAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Agustini, M. Y. D. H. (2019). *Green marketing: The context of Indonesia and Philippines*. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Alwi, M. H., & Sari, H. M. K. (2024). *Pengaruh green place, green product, dan green promotion terhadap minat beli produk ramah lingkungan*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. <https://orcid.org/0000-0001-8753-6294>
- Amrita, N. D. A., Suryawan, T. G. A. W. K., Idayanti, I. D. A. A. E., Putri, C. I. A. V. N., Suwastawa, I. P. A., Boari, Y., Daffa, F., & Judijanto, L. (2024). *Green marketing: Dunia baru dalam dunia marketing*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Chairul Umam, G., & Widodo, A. (2022). How green marketing and product quality influence buying interest using green brand image. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 9(1).
- Damarayudha, T. R., Sadat, A. M., & Febrillia, I. (2023). Pengaruh green marketing mix terhadap purchase intention dengan environmental knowledge sebagai variabel moderator: Survei pada toko furniture modern. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*.
- Dimilna, R., Agustin Nengsih, T., & Apria Ningsih, P. (2024). *Pengaruh green marketing terhadap minat beli konsumen pada produk ecobag di Indomaret* (Studi pada Indomaret Nusa Indah Kota Jambi). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- El-Hussain, B. I., & Arapoglu, N. B. (2024). The impact of green marketing on consumer purchase intention. *International Research Journal of Modernization in Engineering, Technology and Science*, 6(2), 140.
- 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 Education Journal*, 2(1), 67–76. <https://doi.org/10.29303/mandalika.v2i1.1751>

- Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan Smart PLS 3.2.9 untuk penelitian empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariz, G. (2019). The effect of green marketing towards purchase intention and brand image: A study case on IKEA Alam Sutera, Tangerang. [Sarjana thesis, Universitas Brawijaya].
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan, dan eksperimen*. CV Budi Utama.
- Hendra, D., Yanti, R., Nuvriasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Setiawan, 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.
- Joshi, S., & Patel, B. (2020). Impact of green marketing mix on consumer's purchase intention in consumer durable industry: A study of Gujarat state. *Juni Khyat*, 10(7), 266.
- Khan, S., Ahmad, A., Shah, A., & Edwin, C. A. (2019). The impact of green marketing mix on consumer purchase intention. *Cedric Aimal Edwin's Lab, CECOS University*.
- Kompas. (2024, Maret 13). Puluhan perusahaan Indonesia dukung pembangunan berkelanjutan. *Kompas*.
<https://lestari.kompas.com/read/2024/03/13/180000786/puluhan-perusahaan-indonesia-dukung-pembangunan-berkelanjutan>
- Kompas. (2024). Puluhan perusahaan Indonesia dukung pembangunan berkelanjutan. *Kompas.com*.
<https://lestari.kompas.com/read/2024/03/13/180000786/puluhan-perusahaan-indonesia-dukung-pembangunan-berkelanjutan>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Lutfi, S. A. (2023). Pengaruh green product, green price, green place, green promotion terhadap minat beli ulang pada produk Tupperware di Kabupaten Gresik. [Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Gresik].
- Lutfi, S. A. (2023). Pengaruh green product, green price, green place, green promotion, terhadap minat beli pada produk Tupperware di Kabupaten Gresik. [Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Gresik].

- Manongko, A. A. C. (2018). *Green marketing (Suatu perspektif marketing mix & theory of planned behavior)*. Yayasan Makaria Waya.
- Merdiani, W. (2023). *Pemasaran: Konsep dan strategi implementasi*. Expert.
- Munamba, R., & Nuangjamnong, C. (2021). The impact of green marketing mix and attitude towards the green purchase intention among Generation Y consumers in Bangkok. *SSRN Electronic Journal*.
- Mursalin, A., & Octaviani, D. (2021). *Manajemen pemasaran I*. DEEPUBLISH.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, R., Fathihani, F., Johannes, R., Kristia, K., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*.
- Nurtjahjadi, E., & Budianti, F. (2023). Pengaruh green product dan persepsi harga terhadap minat beli produk Tupperware. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*.
- Nygaard, A. (2024). *Green marketing and entrepreneurship*. Springer.
- Pahmi, D. (2024). *Kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli masyarakat*. Nas Media Pustaka.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Buku ajar perkuliahan metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi & manajemen (Edisi ketiga)*. WIDYA GAMA PRESS.
- Ramadhana, M. (2023, June 29). Analisis keunggulan dan permasalahan yang mungkin dihadapi IKEA Indonesia dengan usulan strategi serta implikasinya. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/image/mohamadramadhana/6584574cc57afb3fdd586422/analisis-keunggulan-dan-permasalahan-yang-mungkin-dihadapi-ikea-indonesia-dengan-usulan-strategi-serta-implikasinya?page=1>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed., Global ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilo, S. T. (2022). Analisis pengaruh green marketing terhadap minat beli produk skincare Sukin. [Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur].

SWA Online. (2023). PWC: Konsumen Indonesia menjadi lebih sadar lingkungan. *SWA.co.id*.

<https://swa.co.id/read/321592/pwc-konsumen-indonesia-menjadi-lebih-sadar-lingkungan>

Wardhana, A. (2024). *Perilaku konsumen di era digital*. CV. Eureka Media Aksara.

Widi, R. N. (2024). Pengaruh produk hijau, kepedulian lingkungan, citra merek hijau, minat beli produk hijau. *Journal of Digital Business, Economic, and Accounting*.

Williams, A. (2024). The relevance of green marketing in 2024. *Journal of Modern Business Trends*.

IKEA Indonesia. (n.d.). Manusia dan bumi. Retrieved November 14, 2024, from <https://www.ikea.co.id/in/tentang/manusia-dan-bumi>

Liputan6.com. (2021, May 20). IKEA tarik kembali 148 ribu unit peralatan makan usai terima ratusan komplain. Retrieved November 14, 2024, from <https://www.liputan6.com/amp/4562709/ikea-tarik-kembali-148-ribu-unit-peralatan-makan-usai-terima-ratusan-komplain>

Kontan. (2024, September 29). Dua toko IKEA Indonesia raih sertifikasi untuk konstruksi ramah lingkungan. Retrieved November 14, 2024, from <https://pressrelease.kontan.co.id/news/dua-toko-ikea-indonesia-raih-sertifikasi-untuk-konstruksi-ramah-lingkungan>

IKEA. (n.d.). FSC-certified wood. Retrieved November 14, 2024, from <https://www.ikea.com/global/en/our-business/sustainability/fsc-certified-wood/>

National Geographic Indonesia. (2024, September 30). Pemenang Award4Change telah diumumkan, berikut penerima penghargaanannya. Retrieved November 14, 2024, from <https://nationalgeographic.grid.id/read/133014500/pemenang-award4change-telah-diumumkan-berikut-penerima-penghargaanannya?page=all>

Liputan6.com. (2024, October 6). Greenpeace tuduh IKEA merusak hutan kuno di Rumania, 50 persen wilayahnya raib. Retrieved November 14, 2024, from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5616256/greenpeace-tuduh-ikea-merusak-hutan-kuno-di-rumania-50-persen-wilayahnya-raib?page=3>