

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. (2022). Persepsi konsumen terhadap kehalalan produk kopi kemasan. [Skripsi]. Yogyakarta (ID): Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Aman, A. H., Harun, A., & Hussein, Z. (2012). The influence of environmental knowledge and concern on green purchase intention the role of attitude as a mediating variable. *British journal of arts and social sciences*, 7(11), 145-167.
- BPS RI. (2020). Jumlah Kependudukan Menurut Kategori Generasi Usia 2020. Jakarta (ID) : Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Chaesfa, Y., Pandjaitan, N. K. (2013). Persepsi perempuan terhadap partisipasi pengelolaan lingkungan dan sampah dalam rumah tangga (kasus Desa Babakan, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Sosiologi Pedesaan*. 1(2), 165-181.
- Chen, Y. S., & Chang C. H. (2013). Towards green trust: The influences of green perceived quality, green perceived risk and green satisfaction. *Management Decision*, 51(1), 63-82.
- Dayana, A. S. (2021). Mengenal Jenis Sampah yang Perlu Waktu Lama untuk Hancur. [internet]; [diunduh pada 2022 September]. Tersedia pada : <https://tirto.id/mengenal-jenis-sampah-yang-perlu-waktu-lama-untuk-hancur-ejFk>
- Dewi, C. A. K. (2019). Antecedent keputusan pembelian minuman raman lingkungan dan implikasinya terhadap *green satisfaction*. [Skripsi]. Malang (ID): Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya.
- Evergreen. (2019). 2020 Food and Beverages Sustainable Packaging Trends. [internet]; [diunduh pada 2022 November]. Tersedia pada : <https://pactivevergreen.com/PactivEvergreen/Press-Releases/19-EVP-0127-2020-Trend-Whitepaper-1-24.pdf>
- Fimela. (2018). Miris, Indonesia Menjadi Negara Ke-4 Penggunaan Botol Plastik Terbanyak. [internet]; [diunduh pada 2022 Oktober]. Tersedia pada :

<https://www.fimela.com/lifestyle/read/3779337/miris-indonesia-menjadi-negara-ke-4-penggunaan-botol-plastik-terbanyak>

- GrandViewer. (2020). Green Packaging Market Size, Share and Trends Analysis Report by Packaging Type (Recycled, Reusable, Degradable), by Application (Food and Beverages, Healthcare), by Region and Segment Forecasts 2020-2028. [internet]; [diunduh pada 2022 November]. Tersedia pada : <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/green-packaging-market>
- Hermawan, Y. (2012). Hubungan antara tingkat Pendidikan dan persepsi dengan perilaku ibu rumah tangga dalam pemeliharaan kebersihan lingkungan. [Skripsi]. Tasikmalaya (ID): Program Studi Pendidikan Ekonomi. Universitas Siliwangi.
- Irfan, F., Khiriyah, S. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk membeli produk hijau. *Jurnal Fokus Manajerial*. 12(1), 12-22.
- Iswara, A. I. (2022). Persepsi konsumen terhadap produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi. [Skripsi]. Jakarta (ID): Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.
- Jenna, R. J., Roland, G., Chris, W., Theodore, R. S., Miriam, P., Anthony, A., Ramani, N., Kara, L. L. (2015). Plastic waste inputs from land into the ocean. *Science*. 347(1), 768-771.
- Junaedi, M. F. S. (2008). Pengaruh gender sebagai pemoderasi pengembangan model perilaku konsumen hijau di Indonesia. *KINERJA*. 12(1), 17-37.
- Junedi, S. M. F. (2005). Pengaruh kesadaran lingkungan pada niat beli produk hijau: Studi perilaku konsumen berwawasan lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 9(2), 189-201.
- Juwaheer, T. D. (2012). Analysing the impact of green marketing strategies on consumer purchasing patterns in Mauritius. *World Journal of Entrepreneurship*. 8(1), 36-59.
- Kamsiati, E., Herawati, E., Purwani, E. Y. (2017). Potensi pengembangan plastic biodegradable berbasis pati sagu dan ubi kayu di Indonesia. *J Litbang*. 36(2), 67-76.

- Kemen LH. (2021). Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Tentang Laporan Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah Tahun 2021. Jakarta (ID) : Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.
- Kusumadewi, R. (2016). Perilaku pemilihan merek antara pria dan wanita. *Al-Amwal*. 8(2), 543-556.
- Kotler, P., Amstrong, G. (2017). Principles of marketing. *Pearson : Global Edition*.
- Laroche, M., Bergeron, J., Babaro, F. G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*. 18(6), 503-520.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Jogjakarta (ID) : Gadjah Mada University Press.
- Lestari, R. B., Kardinal. (2018). Minat beli produk hijau pada generasi milenial. *Journal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*. 9(2), 117-124.
- Lestari, E. R., Putri, H. K., Anindita, C., Laksmiari, M. B. (2020). Pengaruh green product (minuman ramah lingkungan), green advertising, dan kepedulian lingkungan terhadap green trust dan implikasi terhadap minat beli. *Jurnal Teknologi Pertanian*. 21(1), 1-10.
- Maharani, B. D., Hutami, L. T. H. H., Isna, K. (2021). Intensi pembelian produk ramah lingkungan berdasar *theory of planned behaviour*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 9(2), 182-190.
- Mainieri, T., Barnett, E. G., Valdero, T. R., Unipan, J. B., Oskamp, S. (1997). Green buying: The influence of environmental concern on consumer behavior. *The Journal of Social Psychology*. 137(2), 189-204.
- Manik, C. M., Siregar, O. M. (2022). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada konsumen Starbucks di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Sosial*. 1(7), 433-1105.
- Michelli, J. A. (2006). *The Starbucks Experience*. Jakarta (ID) : Gramedia Pustaka.
- Naderi, I., Steenburg, E. V. (2018). Me first, then the environment: young millennials as green consumers. *Emerald Publishing*. 19(3), 280-295.

- Nusraningrum, D., Mekar, T. M., Prasetyaningtyas, S. W. (2021). Persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian produk pangan fungsional pada generasi milenial. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 23(1), 37-48.
- Pawitaningtyas, M. R. S., Kumadji, Sunarti. (2015). Pengaruh green advertising terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian (survei pada pengunjung perpustakaan umum dan arsip Kota Malang konsumen air mineral kemasan botol aqua). *Jurnal administrasi bisnis*. 25(1), 1-7.
- Peuckert, M. (2013). FSC Global Consumer Research Highlights. [internet]; [diunduh pada 2022 September]. Tersedia pada : <https://www.slideshare.net/sustainablebrands/fsc-global-consumer-research-highlights>
- Picket, B. J. (2008). Pro-environmental products: marketing influence on consumer purchase decision. *Journal of consumer marketing*. 25(1), 281-293.
- Poeradisastra, F. (2011). Prospek dan Perkembangan Industri Minuman Indonesia. [internet]; [diunduh pada 2022 September]. Tersedia pada : <https://www.foodreview.co.id/blog-56483-Prospek-dan-Perkembangan-Industri-Minuman-Ringan-di-Indonesia.html>
- Purnama, H. (2019). The effect of green packaging and green advertising on brand image and purchase decision of Teh Kotak Product. *Atlantis press*. 308(1), 132-135.
- Putra, G. P., Zainul, A., Sunarti. (2017). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 48(1), 2789-2816.
- Rahman, M. D. F. (2019). Analisis eco-label terhadap minat beli konsumen pada minuman kemasan. [Prosiding]. Bandung (ID): Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung.
- Rasaputra, C. J., Choon-Yin, S. (2015). An Investigation on consumer purchasing decision of green products: the case of Singapore. *International journal of advances in Management and economics*. 4(2), 87-94.

- Riyanto, V., Sharon, B., Soesanto, Sabrina, O., Sihombing. (2018). Peranan ecolabel dalam niat pembelian: suatu studi empiris pada merek the body shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 8(3), 504-522.
- Salam, M., Shahzadi, A., Zheng, H., Alam, F., Nabi, G., Dezhi, S., Ullah, W., Ammara, S., Ali, H., Bilal, M. (2022). Effect of different conditions on the growth and development of black soldier fly larve and its utilization in solid waste management and pollution mitigation. *J Enivironmental Technology and Innovation*. 28(1), 1-16.
- Sapuan, I. (2020). Pembentukan karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan penggunaan eco-produk. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 3(1), 143-154.
- Santoso, L., Fitriani, P. (2016). Green packaging, green product, green advertising, persepsi dan minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*. 9(2), 147-158.
- Saxena, R. P., Khandelwal, P. K. (2012). Greening of industries for sustainable growth: an exploratory study on durable, non-durable and services industries. *International Journal of Social Economics*. 38(9), 551-586.
- Sekaran, S., Uma, Roger, B. (2017). *Metode Penelitian Bisnis, Edisi VI*. Jakarta (ID) : PT Salemba Empat.
- Shaikh, S., Yaqoob, M., Anggawal, P. (2021). An overview of biodegradable packaging in food industry. *Elsevier: Research in Food Science*. 4(1), 503-520.
- Shershneva, E. G. (2022). Biodegradable food packaging: benefits and adverse effects. *IOP Conf: Earth Environ*.
- Sucipta, I. I., Suriasih, K., Kencana, P. K. D. (2017). *Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien*. Bali (ID) : Udayana University Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Rnd*. Bandung (ID) : PT Alfabet.

- Taufique, K. M. R., Siwar C., Talib, B., Sarah, F. H., Chamhuri, N. (2014). Synthesis of constructs for modelling consumers understanding and perception of eco-labels. *Sustainability*. 6(4), 2176-2200.
- Taufique, K. M. R., Siwar, C., Chamhuri, N., Sarah, F. H. (2016). Integrating general environmental knowledge and eco-label knowledge in understanding ecologically conscious consumer behavior. *Procedia Economics and Finance*. 37(1), 39-45.
- Tirto. (2019). Industri Plastik dan Ekonomi Sirkular. [internet]; [diunduh pada 2022 September]. Tersedia pada : <https://tirto.id/industri-plastik-dan-ekonomi-sirkular-dmTL>
- Wandari, N. K. M. A., Darma, G. S. (2020). Pengelolaan karakter *green behavior* pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan *green product*. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. 17(2), 48-57.