

DAFTAR REFERENSI

- Acropora, R. (2022). Peran Mediasi *Customer Brand Engagement* Pada Produk Ramah Lingkungan. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*.
- Agustia, D. (2019). Pengaruh Inovasi Ramah Lingkungan dan Akuntansi Manajemen Lingkungan terhadap Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 23(2), 174-188.
- Agustin, Risa. (2010). Kamus Ilmiah Populer Lengkap. Surabaya: Serba Jaya.
- Almira, A., & Sutanto, J. E. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Aniyati, I., & Indayani, L. (2023). *The Effect of Market Orientation and Product Innovation on Marketing Performance Through Competitive Advantage as an Intervening Variable in MSME Bags in Sidoarjo*. *Academia Open*, 8.
- Ariwibowo, A., Djatmiko, E. B., & Rahayu, E. S. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 15(2), 145-156.
- Azad, P. K., & Laheri, V. K. (2014). *Consumer adoption of green products and their role in resource management*. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 5(3), 22-28.
- Beritasatu.com. (2015). *Lock&Lock Indonesia Luncurkan Kampanye Peduli Lingkungan "Green Mate."*
<https://www.beritasatu.com/news/313618/locklock-indonesia-luncurkan-kampanye-peduli-lingkungan-green-mate>
- Chen, Yu-Shan & C.H.Chang. (2012). *Enhance Green Purchase Intentions ,The Roles Of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust.Management Decision*, Vol 50(3): Hal. 502-520.
- Chynthia & Hendra, (2014), Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi kuning. Di Kota Manado, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Ekonomi*, vol 2 No. 3.
- Databoks.katadata.co.id. (2021). 5 Alasan Konsumen Belanja Produk Ramah Lingkungan. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/24/5-alasan-konsumen-belanja-produk-ramah-lingkungan>
- Databoks.katadata.co.id. (2023). 10 Negara Penghasil Emisi Karbon Dari Sector Alih Fungsi Lahan Terbesar Didunia (2013-2022).

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/05/indonesia-penghasil-emisi-karbon-terbesar-kedua-dunia-dari-sektor-alih-fungsi-lahan>
- DataIndonesia.id. (2023). Ini Sederet Produk Paling Banyak Dibeli Warga RI pada Awal 2023. <https://dataIndonesia.id/varia/detail/ini-sederet-produk-paling-banyak-dibeli-warga-ri-pada-awal-2023>
- Devinney, T. M., Auger, P., & Eckhardt, G. M. (2010). *The role of altruism in green consumer behaviour*. *Journal of Business Research*, 63(12), 1214-1223.
- Devito, Joseph A. (2011). Komunikasi antar manusia edisi kelima. Jakarta: *Karisma Publishing Group*.
- Devito, Joseph A. (2013). *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Devito, Joseph A. (2016). *The Interpersonal Communication Book 14th ed*. New York: *Routledge*.
- Djaali, H. (2008). Skala Likert. Jakarta: Pustaka Utama.
- Djamalludin, Ancok. (2012). Psikologi Kepemimpinan dan Inovasi. Jakarta: Erlangga.
- Durianto, D, et al. (2003). Inovasi Pasar Dengan Iklan Efektif. Jakarta; Gramedia Pustaka.
- Durianto, Darmadi. (2014). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiartini M. Y, & Suasana I Gst. A. Kt. Gd. (2022). Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli Brew Me Tea Secara Online. *E-Jurnal Manajemen*, 04, 682–701.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hi Jack Sandals* Bandung. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). Pengantar manajemen. Deepublish.
- Fuerst, F., & Shimizu, C. (2016). Green luxury goods? The economics of eco-labels in the Japanese housing market. *Journal of the Japanese and International Economies*, 39, 108-122.
- Garcia, E., Martinez, A., & Morales, M. (2020). *The effects of social influence on consumer attitudes: A study of the Spanish market for mobile phones*. *Journal of Business Research*, 116, 233-240.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N., R., & Iskandar, D., Alananto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 04(03), 415–424.
- Hidayat T., & Faramitha N., R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 195–202.
- Hill, C. W. L., & Sullivan, R. J. (2004). *Competitive Strategy: Formulating and Implementing Business Strategy*. Mason, OH: Thomson South-Western.
- Hilmi Yatun S., & Novia S. (2021). Pengaruh *Altruisme* Terhadap Kebahagiaan Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Ilmu Psikologi Indonesia*, 01(01), 37–43.
- Id.my-best.com. (2023). 10 Rekomendasi Produk LocknLock Terbaik (Terbaru Tahun 2023). <https://id.my-best.com/137152>
- Indonesiabaik.id. (2018). Indonesia Darurat Sampah Plastik. <https://indonesiabaik.id/infografis/indonesia-darurat-sampah-plastik>
- Investor.id. (2022). *LocknLock* Peduli Lingkungan Kampanyekan. <https://investor.id/bumee/291618/locknlock-peduli-lingkungan-kampanyekan-bawatumblersendiri>
- Kadic Maglajlic, S., Begovic, E., & Ajanovic, E. (2019). *The Role of Altruism in Prosocial Behavior: A Theoretical and Empirical Review*. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(11), 2903-2923.
- Kelley, T., & Kelley, D. (2001). *The art of innovation: Lessons in creativity from IDEO, America's leading design firm*. Doubleday.
- Keshavarz, Y., & Jamshidi, D. (2018). *Service quality evaluation and the mediating role of perceived value and customer satisfaction in customer loyalty*. *International Journal of Tourism Cities*, 4(2), 220–244. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJTC-09-2017-0044>
- Klein F., Agnes E., K., Menrad K., Möhring W., & Blesin J., M. (2019). *Influencing factors for the purchase intention of consumers choosing bioplastic products in Germany*. *Sustainable Production and Consumption*, 1–11.
- Kompas.com. (2023). Sepanjang Tahun 2022, Ada 12,54 Juta Ton Sampah Plastik di Indonesia.

- Kompas.id. (2023). Jalan Panjang Menuju Indonesia Bebas Sampah. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/08/07/jalan-panjang-menuju-indonesia-bebas-sampah>
- Kotler & Keller (2012). *A Framework for Marketing Management*”, Prentice Hall International Inc: New Jersey
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. 17th ed. New Jersey: Pearson Education.*
- Kotler, P. & Keller, K., L.,(2012). *Marketing Management Fourteenth Edition. New Jersey:Pearson Education*
- Kotler, P. & Kevin K., L., (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education,Inc.
- Kotler, P. (2016). *Principles of Marketing 16th Global Edition. England: Pearson Education Limited.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing management. 12th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.* Halaman: 232-233
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management 14th ed. Pearson.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management 15th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.*
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta : Erlanga.*
- Kristiyono, Y., R., & Felim C. (2021). Pengaruh *Interpersonal Influence, Altruism, Dan Environment Knowledge Terhadap Green Purchasing Behaviour Konsumen The Body Shop Yang Dimediasi Oleh Environment Attitude.*
- Kumara A.R., (2019). *Komunikasi Antar Pribadi 1st ed., Vol. 1.*
- Lee, K. (2008). *Predictors of Purchase Intention toward Environmentally Friendly Products: The Role of Green Perceived Value, Environmental Knowledge, and Environmental Attitudes. Journal of Business Ethics, 83(3), 455-472.*
- Lestari I., Astuti M., & Ridwan H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 4(01), 111–118.*
- Lestari.kompas.com. (2023). orang indonesia rela bayar lebih untuk produk ramah lingkungan. <https://lestari.kompas.com/read/2023/11/15/060000386/orang-indonesia-rela-bayar-lebih-untuk-produk-ramah-lingkungan?page=all>
- Lindungihutan.com. (2023). 5 Cara Mengurangi Emisi Karbon yang Bisa Kamu Lakukan. <https://lindungihutan.com/blog/cara-mengurangi-emisi-karbon/>
- Locknlockindonesia.web.indotrading.com. (2022). *LocknLock Indonesia.* <https://locknlockindonesia.web.indotrading.com/about>

- Lukiarti M., M. (2019). Pengaruh Kepedulian Lingkungan Dan Sikap Terhadap Minat Beli Produk Hijau. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 05(01), 15–28.
- Mardiastika, E. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton. *Jurnal Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang*.
- Maria, E., Edison, & Wandry. (2021). Pengaruh komunikasi organisasi, motivasi kerja, dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan PT. Swalayan Maju Bersama Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 4(2), 93–102. <https://methonomi.net/index.php/jm/article/view/207/0>
- Mediaindonesia.com. (2022). Masyarakat Semakin Minati Produk Minuman Sehat. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/521636/masyarakat-semakin-minati-produk-minuman-sehat>
- Merriles, J. (2020). *The Role of Altruism in Social Activities. Journal of Social and Political Studies*, 45(2).
- Mic.co.id. (2022). Rekan *LocknLock*. <https://mic.co.id/id/merek/index/lock-lock-1>
- Mostafa, M. (2017). *Understanding consumer behavior towards sustainable products: A review of literature and framework development. Journal of Cleaner Production*, 140, 1149-1163.
- Mukhlana, Y., Arneliwati, & Indrawati, G. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi *Altruisme* Masyarakat Dalam Mendonorkan Darah. *Jurnal Keperawatan Abdurrab*, 04, 1–11.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2020). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 189-229.
- Nathan, H. (2018). *The Role of Moral Norms in Pro-Environmental Behavior. Sustainability*, 10(11), 4044.
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh *Brand Image* dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. Semarang: Universitas Negeri Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129–141.
- Oktavera A, & Indriana Y. (2017). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Komunikasi Interpersonal Orangtua - Remaja Dengan Penyesuaian Diri Remaja. *Jurnal Empati*, 6(4), 433–438.
- Pahlevi, M., R. (2019). Pengaruh Kualitas yang Dirasakan, Nilai yang Dirasakan, dan Kepuasan terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Plastik Ramah Lingkungan. *Jurusan Administrasi Niaga*, 10(1), 832–840.

- Pankaj, K. A., & Vishal, K. L. (2014). *Analysis of Factors Influencing Green Consumption. Journal of Management and Marketing*, 12(2), 145-158
- Peattie, K. (2009). *Green marketing: Communicating the Green Message. Routledge.*
- Piliavin, J. A., Charng, H.-W., & Callero, P. L. (2002). *Role of empathy in helping: Evidence from community samples. Journal of Personality and Social Psychology*, 83(4), 746–756.
- Putri, R. A. (2016). Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Quality*, dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Sumatera Utara*, 4(2), 1-10.
- Putra, Widyariksa, E. (2017). Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Risiko dan Kepercayaan pada Niat Beli Produk Hijau (Studi pada Niat Beli Kulkas Ramah Lingkungan di Surakarta).
- Putriana A., Kasoema R.S., Gandasari M.D., Arifa R., Athi M. F.A., Yani L., & Sari I. M. (2021). Psikologi Komunikasi (Ronald Watrionthos, Ed.; *1st ed.*, Vol. 1. Yayasan Kita Menulis.
- Rakhmat, J., & Surjaman, T. (2018). Psikologi komunikasi.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rashid, M. F. (2009). Sikap dan perilaku terhadap lingkungan: Kajian teoritis dan empiris. Gadjah Mada University Press.
- Riadi, M. (2020). *Altruisme* (Pengertian, Aspek dan Faktor yang Mempengaruhi).
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02).
- Robbins, Stephen P., & Mary Coulter. (2008). *Management. 11th ed. New Jersey: Pearson Education.*
- Rosyda Nur Fauziah. (2022). Inovasi Produk: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Contoh, dan Cara Melakukannya.
- Saleem, S. (2018). *The Psychology of Altruism. New York: Routledge.*
- Sarwono, S. W. (2011). Psikologi Remaja edisi revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sarwono, W. (2009). Psikologi Sosial. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Satria A., A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 02(1), 45–53.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior*. 9th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen* 7th ed. Jakarta: Indeks.
- Schultz, P. W., Shriver, C., Tabanico, J. J., & Khazian, M. (2004). *Implicit and Explicit Attitudes toward Environmental Concerns: Predictors of Proenvironmental Behavior*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(2), 226-245.
- Sekaran, Uma, & Bougie, Roger. (2009). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (5th ed.)*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (4th ed.)*. New Jersey:
- Setyowati R., & Wasil M. (2023). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan Dan Kesadaran Konsumen Serta Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda*, 15(1), 82–91.
- Shahnaz N., B., F., & Wahyono. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 389–399.
- Sharma, A., & Foropon, C. (2019). *Green product attributes and green purchase behavior: A theory of planned behavior perspective with implications for circular economy*. *Management Decision*, 57(4), 1018-1042.
- Sienatra K., B., & Evani E., S,. (2021). *Efek Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 05(2), 220–225.
- Sihombing, F. M. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Produk Sariayu pada Pt. Martina Berto Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Smith, K. B., & Kim, S. H. (2008). *The altruistic personality: A review of research and theory*. *Personality and Social Psychology Review*, 12(2), 113–132
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Stern, P. C. (2020). *Values, Beliefs, and Proenvironmental Behavior*. *Annual Review of Environment and Resources*, 45(1), 111-138.
- Sudewo, B. (2023). 5 Inovasi Produk Rumah Tangga Ramah Lingkungan, Inspiratif, 24(1). <https://jogja.idntimes.com/science/experiment/bagus-sudewo-1/inovasi-produk-rumah-tangga-ramah-lingkungan-c1c2>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 3). Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., dan Triyuni, N. N. (2019). *Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation*, *Current Issues in Tourism*.
- Sumarwan U. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suradi, Mujiono, Yunelly, A. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selat Akar Merbau). *Jurnal Administrasi Niaga*.
- Susmonowati, T., & Khotimah, H. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 197. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.408>
- Swastha, B., & Irawan, D. (2012). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Thoha, M. (2003). *Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tilaar, T. T., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rm. D'fish Kawasan Megamas Manado). *Emba*, 5 (3), 3488–3497.
- Tjiptono Ph.D, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa prinsip Penerapan Penelitian*. Andi. Yogyakarta
- Topbrand-award.com. (2023). *Komparasi Merek Indeks*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=9&id_subkategori=354
- Tribunnews.com. (2014). *Lock&Lock: Wadah Makanan Asal Korea Gencar Pasarkan Produknya di Indonesia*, *Wadah Makanan Asal Korea Gencar Pasarkan Produknya di Indonesia*, <https://www.tribunnews.com/bisnis/2014/03/24/lock-wadah-makanan-asal-korea-gencar-pasarkan-produknya-di-indonesia>
- Uma Sekaran, & Roger Bougie. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach* (7th ed., Vol. 07). Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Unilever.co.id. (2021). *Unilever dan Shopee Dorong Konsumen Terapkan Gaya Hidup Ramah Lingkungan*. <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2021/unilever-dan-shopee-dorong-konsumen-terapkan-gaya-hidup-ramah-lingkungan/>
- Utama E. A. P., & Komara E. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus pada Gen Z di Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 07(03), 90–101.

- Utami, K. S. (2020). Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan (*Green Consumer Behavior*) dalam Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(1), 1-12.
- Walgito, Bimo. (2004). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Xie, L., Guan, X., He, Y., & Huan, T.-C. (2021). *Wellness tourism: customerperceived value on customer engagement*. *Tourism Review*, 1(1), 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TR-06-2020-0281>
- Y.-S. Chen dan C.-H. Chang, (2012). *Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust*, *Management Decision*, vol. 50, pp. 502-520.
- Yokie R. K., & Caroline Felim. (2021). Pengaruh *Interpersonal Influence, Altruism, Dan Environment Knowledge Terhadap Green Purchasing Behaviour Konsumen The Body Shop Yang Dimediasi Oleh Environment Attitude*.
- Yuningsih, E., & Silaningsih, E. (2020). *Manajemen Bisnis Dan Inovasi*.
- Zauner, A., Koller, M., dan Hatak, I., (2015). *Customer perceived value Conceptualization and avenues for future research*, *Cogent Psychology*, vol. 2, pp. 1-17.
- Zou, L. W., & Chan, R. Y. (2019). *Why and when do consumers perform green behaviors? An examination of regulatory focus and ethical ideology*. *Journal of Business Research*, 94, 113-1