

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrida dan Febriani, R., (2021), “Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Membeli Produk Air Minum dalam Kemasan Aqua (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahman Padang)”, *Eko dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, Vol. 12, No. 2.
- Agung Widhi Kurniawan and Zarah Puspitaningtyas, (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Aini, Rofi'ah Nur (2022) Pengaruh Religiosity, Halal Product Awareness Dan Green Consumption Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Salatiga).
- Ajzen, Icek. 1991. *Theory of Planned Behavior*. *Organization Behavior and Human Decision Process*, Issue 2.
- Arifia, Dyandra Dwi. (2019). Pengaruh Green Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Aqua. *Jurnal Kementerian Riset Teknologi Dan Pendidikan Tinggi*, Universitas Sriwijaya.
- Armstrong, & Kotler, P. (2003). *Manajemen pemasaran edisi 9*.
- Ayu Kadek, A. D., & Ni Made, A. A., (2017), “Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 11.
- Bank Dunia 2021, diakses pada 6 Juli 2022, <https://www.worldbank.org/>
- Chandrika, Laurine (2021) Analisis Pengaruh Pemasaran Hijau Dan Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Departemen Pendidikan Nasional, (2008), *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa.
- Elvinaro Ardianto & Bambang Q-Aness, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), 50.
- Evita Vibriana et al., “Pelatihan Bisnis Syariah Untuk Santriwan Santriwati Di Yayasan Alkamilah Bojongsari, Sawangan, Depok,” *Jurnal Lokabmas Kreatif : Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1, no. 3 (2020): 87, <https://doi.org/10.32493/jlkkkk.v1i3.p87-96.7729>
- Ghozali, Imam. (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan 93 Program IBM SPSS 19*. 5th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). United States: Pearson.
- Hanapi, M., dan Sriyanto, A., Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018), *Financial Marketing Operational Human Resources (FAMOUS)*, Vol. 1, No. 02, (2017).
- Handayani, W., dan Prayogo, R.A., Green Consumerism: An Eco-Friendly Behavior Form Through The Green Product Consumption and Green Marketing. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, Vol. 7, No. 2, hal. 25-29.
- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Dan Minuman Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Restoran Marugame Udon Pramuka). Diploma Thesis, Universitas Yarsi.
- Hartini, “Keputusan Pembelian Produk Aqua Green Marketing di
- Haryoko, U.B. dan H.A.A. Ali. 2018. Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Merek ADES (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen SI Reguler C Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang). Prosiding Seminar Ilmiah Nasional. Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @Thebodyshopindo)”, *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol. 10, No. 1. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Julie Erikania, Dampak-Dampak Pemanasan Global Kini Semakin Nyata, diakses pada 21 Januari 2023, <https://nationalgeographic.grid.id> *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, Vol.9 No.18.
- Khayatin, N. dkk., (2017), “Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Pelanggan Teh Kotak)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 47, No. 2. Konsumen Produk Merek Aqua”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 11, No. 1, DOI: 10.32502/jimnv11i1.342794
- Kotler, P., dan Keller, K., (2009), *Manajemen Pemasaran*, Prentice Hall: Saddle River.

- Kurniadin, A., et al., (2020), “Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bima)”, e – Jurnal Riset Manajemen.
- Lestari, Devi, Asriani Asriani, Nur Wahyu Ningsih, Weny Rosilawati, and Dania Hellin Amrina. “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam.” *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 3, no. 1 (2022): 65–86. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>.
- Madjidan, N. L., dan Sulistyowati, R., (2022), “Pengaruh Green Marketing dan Green Product Terhadap Green Purchase Intention Pada Alang Alang Zero Waste Shop”, *Jurnal Ecogen*, Vol. 5 No. 2, DOI : <http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v5i2.13068>
- Maharani, N. V., et al., (2018), “Pengaruh Green Marketing Dan Brand Equity Terhadap Purchase Intention Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Jombang)”, *Journal of Educatio and Management Studies*, Vol. 2, No. 1.
- Nurhayati, Sri, Muhammad Iqbal Fasa, Roymon Panjaitan, Dian Indriyani, and Rizal Mochammad Fadlyansyah. “Digital Marketing Literacy for Marginalized Society To Improve Society’S Economic Empowerment.” *The International Conference on Innovations in Social Sciences and Education* , 2020, 505–16. Philip Kotler, (2008), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Prasetyo, A. M., et al., (2022), “Pengaruh Green Brand Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Kota Mataram”, *Urgentrev Management Review*, Vol. 2, No. 2. PT Indeks. Putra, Y.S. 2016. “Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi”.
- Saban Echdar, (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sarah, Y., dan Sutar, (2020), “Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian”, *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, Vol.10, No. 1. 95

- Wulandari, P., & Widodo, A. (2018). "Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian the Influence of Green Marketing Mix on Purchase Decisions in. E-Proceeding of Management".
- Yahya, (2022), "Peran Green Marketing, Green Brand Image Terhadap Purchase Intention Dengan Green Trust Sebagai Variabel Intervening", JIMBIS: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol. 1, No. 1.
- Yazdanifard, Rashad & Mercy, Igbazuo Erdoo., (2011), The impact of Green Marketing on Customer satisfaction and Envi-ronmental safety. Singapore: IACSIT Press, Vol.5.
- Zulkifli, A., (2020), Green M arketing. Yogyakarta: Graha Ilmu.