

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. D., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 1–10.
- Agustina, R., DH, A., & Wilopo, W. (2016). Pengaruh pemasaran hijau terhadap citra merek hijau serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Strata-1 Angkatan 2012/2013 dan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Menggunakan Tis. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 33(1), 171–179.
- Arseculeratne, D., & Yazdanifard, R. (2014). How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. *International Business Research*, 7, 130–137.
- Ayumi, B., & Budiatmo, A. (2021). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1169.
- Basalamah, J., Said, S., Gani, A. A., Ratnasari Taufan, R., & Syahnur, H. (2020). Green Marketing Practice In Purchasing Decision Home Care Product. *Article in International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(June), 893–896. www.ijstr.org
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 (Cet. 7)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gultom, D. N., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Tepung Terigu Bogasari Di DKI Jakarta). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 27–37.
- Hakim, A. R. (2010). *Analisis Pengaruh Penerapan Konsep Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Serambi Botani, Botani Square-Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Haryadi, R. (2009). Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada The Body Shop Jakarta). Semarang : *Universitas Diponegoro Semarang*.
- Hidayati, T. A., Suharyono, & Fanani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 162–171.
- Jinan, A. S. I., Surahcman, S., & Djumahir, D. (2022). Analysis Of The Effect Of Green Marketing and Environmental Knowledge On Purchase Intentions Mediated By Brand Image. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences*, 3(1), 47–58. <https://doi.org/https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ijesss>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing: An Introduction* (13th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Editi). New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Kotler, P., & Susanto, A. . (2001). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jilid II). Jakarta : Salemba Empat.
- Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1), 33–50.
- Manongko, A. C., & Kambey, J. (2018). The influence of Green Marketing on Decision Purchasing Organic Products with Interests of Buying as an Intervening Variable at Manado City, Indonesia. *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(5), 403–411. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v6i5.em06>
- Meldarianda, R., & Lisan, H. (2010). Store atmosphere. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108.

- Mukaromah, A. L., Kusuma, I. G. N. A. E. T., & Anggraini, N. P. N. (2019). The Effect of Green Marketing, Brand Awareness and Price Perception on Purchase Decision. *International Journal of Applied Business and International Management*, 4(3), 75–83. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v4i3.685>
- Osiyo, A. K. M., & Semuel, H. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–9.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Consumer Behaviour : Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Jakarta : Erlangga.
- 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(2), 135–143.
- Sangaji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : ANDI.
- Schiffman, & Kanuk. (2009). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakarta : PT Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6). Jakarta : Salemba Empat.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.2.6>
- Singarimbun, M. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT. Alfabet.
- Sumarwan, U., Puspitawati, H., Hariadi, A., Ali, M. M., Gazali, M., Hartono, S., & Farina, T. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Seri 2). PT Penerbit IPB Press.
- Tiwari, S., Tripathi, D. M., Srivastava, U., & Yadav, P. K. (2011). Green Marketing - Emerging Dimensions. *Journal of Business Excellence*, 2(1), 18–23.