

DAFTAR PUSTAKA

- Alharthey, B. K. (2019). Impact of green marketing practices on consumer purchase intention and buying decision with demographic characteristics as moderator. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 6(3), 62–71. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2019.03.010>
- Cakrawati, S. (2019). *Analisis Penerapan Green Marketing Mix Pada Cv. Madu Apiari Mutiara Kecamatan Cimanggis Depok*.
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 130–142. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i1.2301>
- 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 Educations Journal*, 2(1), 67–75. <https://doi.org/10.29303/jm.v2i1.1751>
- Fatimah, N. fitria siti, & Setiawardani, M. (2019). *Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Bandung)*. 1089–1101.
- Febriani, S. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Innisfree Di Jakarta Dengan Consumer's Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 49–61. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4925>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Guspul, A. (2018). Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Herbalife (Studi Kasus Pada Club Sehatway Di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(1), 107–122. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i1.455>
- Jorie, R. J., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Nutrition Shake Herbalife Di Empat Rumah Nutrisi Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 1958–1967.
- Kevin, P. K. dan L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi 13*. Erlangga.
- Kotler, P. & G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi (3rd*

ed.). Salemba Empat.

- Meideline, maria magdalena. (2019). *Pengaruh Green Marketing Dalam Kampanye ECO Handkerchief Innisfree Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Pada Followers Instagram Innisfree*.
- Nashrulloh, M. A. H., Budiantono, B., & Wulandari, W. (2019). Analisis Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Led Philips (Studi Pada Konsumen Di Desa Kesiman Kecamatan Trawas). *Conference on Innovation and Application of Science and Technology, Ciastech*, 1–10. <https://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/ciastech/article/view/1081>
- Parassih Karin, E., & Susanto Harry, E. (2020). Pengaruh Visual Packaging Design (Warna, Bentuk, Ukuran) Dan Packaging Labeling (Komposisi , Informasi Nilai Gizi, Klaim) Terhadap Purchase Intention Produk Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1–9.
- Prameka, A. S., & Kurniawan, D. T. (2021). Peran Green Marketing Pada Repurchase. *Jurnal Istiqro*, 7(2), 151. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v7i2.940>
- Rodhiah, D. oktaviani. (2021). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Niat Beli Produk Love Beauty And Planet Di Jakarta*. 3(7), 6.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sari, R. M. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Shidiq, A. M. N., & Widodo, A. (2018). Green Product Purchase Intention: Impact of Knowledge and Green Attitude Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan: Dampak Pengetahuan dan Sikap Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, II(2), 60–73.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Widyastuti, M., & Changda, S. (2019). Analisis Marketing Capability, Customer Engagement, Customer Perception dan Purchase Intention Produk Bihun Jagung “Padamu”Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 17(2), 62. <https://doi.org/10.32524/jkb.v17i2.562>
- Wijaya, B. A., & Kempa, S. (2021). Pengaruh Professional Advice , Price , Family And Friend ’ S Opinion , Dan Brand Experience Terhadap Purchase Intention Pada Produk Latex Gloves Merek Handseal. *AgorA*, 9(2).

- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano* (B. Sarwiji (ed.); 2nd ed.). PT Indeks.
- Wolok, T. (2019). Green Marketing: Pemasaran dan Pembelian. In *Athra Samudra: Gorontalo* (p. 97).
- Yahooberita. (2020). *negara berkembang dan negara berkembangdiperkirakan akan menyusut 2,5% tahun ini.*