

Daftar Pustaka

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Adriyanti, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Dipenogoro Journal Of Management*, 6, 1–14.
- Agustin, R. D., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(2).
- Akter, J. (2012). *Consumer Attitude towards Green Marketing in Bangladesh*. *ASA University Review*, 6(1).
- Alfian B. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova PT Hadji Kalla Cabang Polman*. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Almuarief, A. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Studi pada Air Minum Dalam Kemasan Ades di Toko Panjerejo Tulungagung). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(04).
- Azaria, P. A., & Utami, N. H. (2022). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Zorlien Led Yang Dimoderasikan Teknologi Internet (Studi Pada Mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2633-2646.

- Chandra, F., & Tunjung Sari, H. K. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk The Body Shop Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(3), 456-461.
- Chen, T. B., & Chai, L. T. (2010). *Attitude towards the environment and green products: Consumers' perspective. Management Science and Engineering*, 4(2), 27-39.
- Dahlstrom, Robert. 2011. *Green Marketing Management. University of Kentucky. South-Western Cengage Learning*.
- Dwi Lestari, R., Yulisetiari, D., & Sriono. (2015). *Pengaruh Green Product , Green Brand , Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Membeli Air Minum Kemasan Botol Merek AQUA Di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember*. Artikel Ilmiah Mahasiswa, 1–7.
- Ferdinand, Agusty T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Govender, Jeevarathnam 2016, *The Influence of Green Marketing on Consumer Purchase Behavior, Environmental Economic Journal, Vol. 2, Issue 2, pp. 77-85*
- Hadika Sofwan, Candra Wijayangka. 2021. Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pijakbumi di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Hisam, M. C., Rachma, N., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Studi Kasus pada

- Air Minum Dalam kemasan Ades di Toko Panjerejo Tulungagung). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(04).
- Junaedi, S.M.F. (2005). Pengaruh Kesadaran Lingkungan pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9 (2), hal 189-201.
- Karlina, G., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Mediator. *Management and Accounting Expose*, 1(2), 56-65.
- Khaerunnisa, B. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Minat Beli AMDK Merek Aqua di Kalangan Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. *AQUA*, 75, 9.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management, Edition 14*, England: Pearson Education
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management, 15th edition*, Pearson Education Limited. England: Pearson Education
- Manongko, A. (2011). *Green Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Membeli Produk Organik (Studi Pada Pelanggan Produk Organik di Kota Manado)*. Doctoral dissertation. Malang: Universitas Brawijaya.

- Mauludi, F. (2021). *Strategi Green Marketing Mix Dalam Meningkatkan Citra Merek Pijakbumi Dan Loyalitas Pelanggan Milenial*. Bachelor's thesis. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta.
- Nadya Gunadi, N. (2021). *Analisis Pengaruh Greenwashing pada Green Purchase Intention yang dimediasi oleh Green Consumer Confusion, Green Perceived Risk, dan Green Trust: Telaah pada Galon Sekali Pakai Le Minerale*. Doctoral dissertation. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2006). *Avoiding green marketing myopia: Ways to improve consumer appeal for environmentally preferable products. Environment: Science and Policy for Sustainable Development, 48(5), 22-36.*
- Permata, S. (2020). Pembinaan Strategi Membangun Wirausaha Berbasis Green Marketing Bagi Siswa SMKN 49 Jakarta Utara. *IKRA-ITH ABDIMAS, 3(3), 164-168.*
- Polonsky, M. J. (1994). *An Introduction to Green Marketing. Electronic Green Journal, 1(2).*
- Polonsky, M. J. 1994. *Green Marketing Regulation in the US and Australia: The Australian Checklist. Greener Management International 5, 44-53.*
- Putra, I. K. T. D., & Sulistyawati, E. (2015). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud, 4(6), 1722-1734.*
- Rachmawati, W. I., Kartawinata, B. R., Wijayangka, C., & Hasbi, I. (2020). *Factors Analysis that Affecting the Intention to Use Digital Payment (Case Study on*

OVO Users in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). KnE Social Sciences, 290-302.

Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap minat beli amdk ades (Studi pada Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan Ades di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen, 4*(1).

Ramadani, A. F., & Sudrajat, A. (2022). *Influence of Brand Image on The Purchase Decision of Drinking Water in Packed Le Mineral (Case Study on Le Mineral Consumen in Karawang). Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 20*(2), 35-52.

Romadon, Y., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). *PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE DAN STRUKTUR KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Followers Account Twitter@PertamaxIND Pengguna Bahan Bakar Ramah lingkungan Pertamina Series)*. Brawijaya University.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta : Indeks.

Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk, dan Brand Image Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 9*(1), 33-42.

Tusyaidah, A., Saryadi, S., & Ngatno, N. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 12*(1), 229-235.

- Y.H., W., & Tsai, C. F. (2014). *The Relationship Between Brand Image And Purchase Intention: Evidence From Award Winning Mutual Funds. The International Journal Of Business And Finance Research*, 8(2), 27–40.
- Yanthi, K. P., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Perceived Quality terhadap Minat beli sepeda motor honda beat di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3852-3881.