

References

- Ahmad, F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2016). Analisis Green Product Dan Green Marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Alamsyah, D. P., & Muhammed, H. A. A. (2019). Antecedents of green awareness for Eco-Friendly Products. *ASEAN Marketing Journal*, 10(2), 3.
- Azizah, T. N. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Wardah Di Mall Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Balawera, A. (2013). Green marketing dan corporate social responsibility pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen melalui minat membeli produk organik di Freshmart kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Bestari, K. L., & Suhermin, S. (2016). PENGARUH GREEN BRAND IMAGE, GREEN ADVERTISING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Dwi Putranti, H. R., & Suparmi, S. (2016, May). Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan dan Informasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen AMDK Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*.
- Fatharani, N. A. (2023). Pengaruh Green Product, Green Brand Image, dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 21348-21359.
- Firdaus, E., Hurriyati, R., Dirgantari, D. P., & Murugesu, K. D. (2023). Analysis of the Influence of Online Promotion, Product Packaging and Price on Purchasing Decisions with Price as a Moderating Variable. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 13(1), 49-58.
- Haryadi, Rudi. 2009. Pengaruh strategi green marketing terhadap pilihan konsumen melalui pendekatan marketing mix (Studi kasus pada The Body Shop Jakarta). Thesis. Program Studi Magister Management Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Hidayah, M. R., & Sugandini, D. (2022). Mediasi sikap konsumen pada pengaruh green product, green advertising, green brand trust terhadap keputusan pembelian produk makanan organik. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 46-62.
- Iffan, M., & Yulianti, L. (2017). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jg Motor Yamaha Cab. Asia Afrika Bandung. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 7(1), 21-32.
- Iffan, M. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. Jakarta: Rajawali Pers.
- Karna, J. et al. 2001. Green Advertising, Greenwash or a True Reflection of Marketing Strategies? *GMI* 33. Hal 59-70.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: Bob Sabran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Mutmainah, B. I. C. H. H. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rental Mobil Di Surakarta. *Gema*, 27(49), 62126.
- Muqorrobin, Eko, Muhammad. 2017. "Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua)". *Jurnal Sketsa Bisnis*. Vol. 04 (02): hal. 61-75.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Sos, S., Affandi, H. A., & Priadana, H. S. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Penerbit Andi.
- Nekmahmud, M., & Fekete-Farkas, M. (2020). Why Not Green Marketing? Determinates of Consumers' Intention to Green Purchase Decision in a New Developing Nation. *Sustainability*, 12(19), 7880.
- Novianti, W., Rahmah, E. H., & Sumitra, T. P. (2022). Information Technology for Marketing Communication. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 22-31.
- Omidnateghkhoshnoodroohi. 2012. Green Advertising a New Approach to Generate Wealth. *Journal of Research in Business*. 2(7): 223-229.
- Pawitaningtyas, M. R., & Kumadji, S. (2015). Pengaruh Green Advertising Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang Konsumen Air Mineral Kemasan Botol Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol, 25(1).
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(1), 16-23.
- Priyantika, A. A., & Wardana, I. M. (2015). Pengaruh green advertising dan green claim pada niat membeli ulang konsumen green product (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Priyantika, A. A., & Wardana, I. M. (2015). Pengaruh green advertising dan green claim pada niat membeli ulang konsumen green product (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Rahimah, A., Tanzil, R., & Hikmah, M. (2022). Peran Green Advertising terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 104-120.
- Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1).
- Rahim, A. et al. 2012. Green Advertising and Environmentally Responsible Consumer Behavior: The Level of Awareness and Perception of Malaysian Youth. *Asian Social Science*. 8(5): 46-54.

Sangadji, Mamang Etta dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Edisi 1. ANDI. Yogyakarta.

Santoso, I., & Fitriani, R. (2016). Green packaging, green product, green advertising, persepsi, dan minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 9(2), 147-158.

Sari, D. N., Noorlitaria, G., & Asnawati, A. (2018). Pengaruh public relation dan strategi periklanan terhadap keputusan pembelian produk samsung galaxy. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 14-23.

Shaputra, R. K. (2013). Penerapan green marketing pada bisnis produk kosmetik. *Jurnal JIBEKA*, 7(3), 47–53.

Shimp, Terence A. & Andrews, J. Craig. (2013). Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. 9th Edition. Ohio: South-Western College Pub.

SIMATUPANG, D. M. H. (2024). PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI AIR MINUM KEMASAN AQUA (STUDI KASUS MAHASISWA NOMMENSEN MEDAN).

Singh, A., Researcher, I., Sharma, P., & Malviya, R. (2011). Eco Friendly Pharmaceutical Packaging Material. *World Applied Sciences Journal*, 11(May 2014), 1703–1716.

Siringi, R. (2012). Determinants of Green Consumer Behavior of Postgraduate Teachers. *IOSR Journal of Business Management (IOSR-JBM)*, 6(3), 19–25.

Sugiyono (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfa-beta.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Perilaku konsumen dalam pembelian produk ramah lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 208-223.

Umi Narimawati. (2010). Metodologi Penelitian: Dasar Penyusunan Penelitian Manajemen Ekonomi. Jakarta : Genesis.

Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Lina Ismawati. 2010. Penulisan Karya Ilmiah : Panduan Awal menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM. Jakarta: Penerbit Genesis.

