

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, P. K. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Ariane, Nabila Mustika. (2017). Pengaruh Pengaruh Green Marketing Tools Terhadap Consumer Purchase Behavior Produk Sayuran dan Buah-Buahan Organik di Indonesia. Hal. 1-8.
- Bachdar, S. (2018). Unilever Ingin Keluar Dari Stigma Produk Massal. www.marketeters.com.
- Balawera, A. (2013). Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA, Volume 1*, 2117-2129.
- Balawera, A. (2013). Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA, Volume 1, Nomor 4*, Hal. 2117-2129.
- Baumann, R. A. (2007). Beyond Eco-labels: what green marketing can learn from conventional marketing. *Journal of Cleaner Production, Vol. 15 No. 6*, 567- 576.
- Coddington, W. (1993). Environmental Marketing: Positive Strategies for Reaching the Green Consumer. In *First Edition* (pp. 297-302). USA: McGraw-Hill Inc.
- Delafrooz, N. (2014). Effect of Green Marketing on Consumer Purchase Behavior. *Iran: QScience Connect Vol. 2014 pp. 2-9*.
- Drumond, H. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- D'Souza, C. (2006). Green Product and Corporate Strategy: An Empirical Investigation, Society and Business Review. *Emerald Journal, Vol. 1, No. 2,*, Hal. 144-157.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.

- I Made Satria Putra Wibawa, I. G. (2019). Pengaruh Green Marketing Tools terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Produk Lampu LED. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 8, No.3., 2302-8912.
- J., N. S. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: Erlangga. Kotler, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, F. P. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Daihatsu Ayla di Daihatsu Sales Operation Blimbing Malang. *Perpustakaan Digital Universitas Malang*.
- Lozada, H. R. (2000). *Ecological Sustainability and Marketing Strategy: Review and Implication*. Seton Hall University.
- Martono. 2012. Pengertian Ekolabeling dan Penerapannya pada Industri Rotan. *Jurnal Forpro 1* (1), hal: 20-26
- Meghna Sharma, P. T. (2016). Various Green Marketing Variables and Their Effects on Consumers' Buying Behaviour for Green Products. *Volume V, Issue I*, 1-8.
- Ni Made Ari Puspa Dewi, K. Rahyuda. (2018). Pengaruh Alat Pemasaran Hijau Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2164-2195.
- Nik Abdul Rashid. N. R., 2009, Awareness of Eco-label in Malaysia's Green Marketing Initiative, *International Journal of Business and Management*, 4(8), 132-141.
- Omidnateghkhoshnoodroohi. 2012. Green Advertising, A New Approach To Generate Health. *Inter disciplinary Journal of Contemporary Research Business*. 4(7), pp: 223-229
- Palwa, A. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Minat Beli (Studi pada Pelanggan The Body Shop di Plaza Ambarukmo Yogyakarta). *Thesis*.
- Prastiyo, Y. (2016). Pengaruh Green Marketing Tools terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3449-3475.
- Prawoto, B. d. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis, Edisi Pertama*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Press, S. (2019). Love Beauty and Planet' Ajak Beauty Enthusiasts. www.unilever.co.id.

- Polonsky, Michael Jay. (1994). *An Introduction To Green Marketing. Electronic Green Journal* .Vol 1 issue 2
- Putranto, I. (2014). Pengaruh Alat Pemasaran Hijau pada Perilaku Pembelian Aktual Konsumen: Studi Empiris pada Lampu Hemat Energi Merek Philips. *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada*.
- Putri, A. S. (2020). Pencemaran Air: Pengertian, Penyebab, Dampak, Pencegahan. www.kompas.com.
- Rahbar E., Wahid N. A. (2011). Investigation of green marketing tools effect on consumers' purchase behavior. *Business Strategy Series*, 73-83.
- Rashid, N. R. (2009). Awareness of Eco-label in Malaysia's Green Marketing Initiative . *International Journal of Business and Management*, 132-141.
- Rios, F. M. (2006). Improving Attitudes Towards Brands with Environmental Associations: An Experimental Approach. *Journal of Consumer Marketing*, 23 (1), 26-33.
- Sarwono, J. (2012). Mengubah Data Ordinal ke Data Interval dengan Metode Suksesif Interval. [online] <http://jonathansarwono.info/teori/msi.pdf>, Diakses pada 4 Mei 2020.
- Sharma, M., and Prachi Trivedi. 2016. Various Green Marketing Variables and Their Effects on Consumers' Buying Behaviour for Green Products. *Amity International Business School*, 5 (1), pp: 1-8.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2013). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarta, I. M. (2017). Pengaruh Alat Pemasaran Hijau Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Produk Sariayu Martha Tilaar. *Prosiding Seminar Nasional AIMI*, 265-275.
- Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Sunjoyo, e. (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, D. (2019). DLHK Bandung: Rusaknya Sungai Cipamokolan karena Limbah Rumah Tangga . jabar.idntimes.com.
- Tarida. (2019). Jadi Bagian Kampanye Ramah Lingkungan dengan Memilih Rangkaian Produk Kecantikan dari Love Beauty and Planet. *Beauty, Self Care*, www.rimma.co.
- Titin Ekowati, M. H. (2015). Aplikasi Strategi Green Marketing dengan Studi Kasus Beberapa Perusahaan di Indonesia. *Volume 11, No 1 - SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17-44.
- Wahba, Gihan Hussein. 2012. Latest trends in environmental advertising design “application study of Egyptian society”. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 51 (2012) 901-907
- Widowati, H. (2019). Komposisi Sampah di Indonesia Didominasi Sampah Organik. *Komposisi Sampah di Indonesia Berdasarkan Jenis*, databoks.katadata.co.id.
- Yatish Joshi, Z. R. (2015). Factors Affecting Green Purchase Behaviour and Future Research Directions. *International Strategic Management Review*, 128-143.
- Yusuf Romadon, D. (2014). Pengaruh Green Marketing terhadap Brand Image dan Struktur Keputusan Pembelian (Survey pada Followers Account Twitter @PertamaxIND Pengguna Bahan Bakar Ramah Lingkungan Pertamina Series). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15 No. 1.