

DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, T. A. (2015). Analisis Regresi dengan SPSS. Yogyakarta: PT. Rajagrafindo
- Basuki, T. A. dan Prawoto, N. (2016). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi dengan SPSS dan Eviews). Yogyakarta: PT Rajagrafindo
- Dahlstrom, Robert. (2011). Green Marketing Management. United States of America: South-Western.
- Echdar, S. (2017). Penelitian Manajemen dan Bisnis: Panduan Komprehensif Langkah Demi Langkah Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan minat beli merek eksistensi. Semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Huang, Y. C., Minli, Y., Wang, Y. C. (2014). Effects of green brand on green purchase intention. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 32 Iss 3 pp. 250 - 268.
- Gede, I. N., Bagus, P., Octavia, D., Prodi, S., Bisnis, M., & Ekonomi, F. (2018). Analisis Persepsi Green Brand terhadap Green Brand Preference pada Starbucks Indonesia Analysis of Green Brand Perception toward Green Brand Preference on Starbucks Indonesia. 5(2), 1682-1690.
- Herdiarti, N. 2018. Combating Marine Plastic Debris in Indonesia. Dipresentasikan pada Science to Enable and Empower Asia Pacific for SDGs (Jakarta, 30 Juli 2008)
- Huang, Yi-Chu, Minli Yang, Yu-Chun Wang. (2014). Effects of Green Brand on Green Purchase Intention. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 32 Issue: 3, pp.250-268
- Huda, F. (2019). Pengaruh Kesadaran Produk Ramah Lingkungan, Citra Merek Hijau dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tisu Tessa. Institute Agama Islam Negeri Surakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing 17th Edition: Global Edition. England: Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Mourad, Maha dan Yasser Ahmed. 2012. Perception of Green Brand in an Emerging Innovative Market. *Emeraldinsight*,15:4
- Murya, Titik Pakisha, Wulandari, Astri. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kandang Bandung. Bandung : Prosiding SNaPP2016 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora .
- Ottman, J. 2017. *The New Rules of Green Marketing*. San Francisco: Barrett-Koehler Publishers.
- Priansa, donni juni. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Siregar. S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama Cetakan ke-4*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*, Yogyakarta, CAPS
- Widodo (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yusiana, Rennyta dan Arry Widodo. (2015). *Green Brand Dimension Affecting Consumer Intention Using Green Product*. Bandung: American Scientific Publishers.

<http://www.kompasiana.com/isu-pemanasan-global/>. 2018. Diakses pada tanggal 12 Februari 2020.

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/>. 2019. Diakses pada tanggal 12 Februari 2020

<https://jabar.tribunnews.com/2019/11/19/sehari-1600-ton-sampah-bandung-masih-jadi-penyumbang-sampah-plastik-cukup-besar>, 2019. Diakses pada tanggal 15 Maret 2020.