

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Aditya, H. (2016). *Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust Yamaha*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Alatas, S.L., dan Tarbani, M. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Credibility*, *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. 9(1): 91-105.
- Alshura, M.S., & Zabadi, A.M. (2016). *Impact of Green Brand Trust, Green Brand Awareness, Green Brand Image and Green Perceived Value on Consumer's Intention to use Green Product: An Empirical Study of Jordania Consumers*. *International Journal of Advanced Research*, 4, 1423-1433.
- Anditora, T. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Tas Sam Collection Jakarta Timur*. Universitas Respati Indonesia. Jakarta.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astini, R. (2016). *Implikasi Green Brand Image, Green Brand Satisfaction dan Green Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merek Aqua di Wilayah Serpong Utara)*. *Jurnal Manajemen*, XX(1), 19-34.
- Caruana, A. (2002). *Service loyalty*. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828. <https://doi.org/10.1108/03090560210430818>
- Chen, Y. S. (2010). *The Drivers of Green Brand Equity, Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust*. *Journal of Business Ethics*, Vol. 93 No. 2, PP. 307- 19.
- Dahlstrom, Robert. (2010). *Green Marketing Management USA: South- Western Cengage Learning*.
- Durianto, dkk. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, S. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta. LP3ES, Anggota Ikapi.
- Endah, R.L., etc. *Pengaruh Green Product (Minuman Ramah Lingkungan), Green Advertising, dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Green Trust dan Implikasi Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 21(1): 1-10.
- Hasrina. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo di Kota Makassar*. Universitas Negeri Makassar.
- Hawkin, Del.I. dan David, L. Mothersbaugh. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Thirteen Edition, McGraw- Hill International Edition.

- Hernizar, A. T., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2020). Pengaruh Green Product Dan Green Brand Awareness Terhadap Green Purchase Intention. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 3, 263. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i03.p03>
- Huda, F. (2019). Pengaruh Kesadaran produk Ramah Lingkungan, Citra Merek Hijau dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tisu Tessa. Institut Agama Islam negeri Surakarta.
- Hutomo Rusdianto. (2018). Analisis Green Brand Awareness, Green Brand Trust, Green Brand Image Dan Green Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Natural Cosmetics Product. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 2(1), 139.
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: Alfabeta.
- Ismail, Y.N.S.T. (2018). Pengendalian Mutu Produksi Air Mineral di PT. Tirta Sibayakindo (Danone Aqua Group) Menggunakan Peta Kendali Variabel X Bar S Chart Periode September-Desember 2017. Universitas Sumatera Utara.
- Kinner, Thomas C dan Taylor, Jaames R. (1998). Riset Pemasaran Edisi tiga. Jakarta: Erlangga.
- Ko, E., Hwang, Y. K & Kim, E. Y. (2013). Green Marketing' Functions in Building Corporate Image in the Retail Setting. *Jourbal of Business Research*. 66, (01), 1709- 1715.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran, Cet 2, Edisi 12, Jilid 1. Alih bahasa: Benyamin Molan.Penerbit PT INDEKS.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). Principle of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Gary, Amstrong. (2012). Principle of Marketing, 14th edition. United States of America: Pearson Education.
- Kusnadi, D.S., and Darma, G.S. (2018). Menakar Implementasi Green Marketing Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15(3): 16-37.
- Laksmi, A., & Wardana, I. (2015). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(7), 253559.
- Listiani, N. (2013). Pengaruh Kepuasan Pada Merek dan Komitmen Terhadap Niat Membeli Kembali (Studi Empirik Pada Konsumen Pula Elektrik All Operator). *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(1), 66–74.
- Ma'aruf, Hendri. (2006). Pemasaran Ritel, edisi 2. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Malinda, M. (2017). Tingakat Brand Awareness Masyarakat Surabaya Terhadap Brand Baru Restoran The Consulate. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1).
- Mantiaha, G. F. (2016). The Influence of Green Marketing On Consumer Buying Behaviour. *Jurnal EMBA*, 4(Juni), 58–067.
- Mourad, M., & Ahmed, Y. S. E. (2012). Perception of green brand in an emerging innovative market. *European Journal of Innovation Management*, 15(4), 514–537. <https://doi.org/10.1108/14601061211272402>
- Oceani, Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan kepuasan Pelanggan Terhadap Minat beli Ulang Pelanggan Tupperware di Magelang. *Diponegoro Journal of Manajemen*, 6(1): 1-13.
- Rahardian, M.D., Kusumawati, A., & Irawan, A. (2019). Pengaruh Tagline Iklan dan Celebrity Endorser terhadap brand Awareness dan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 75(1).
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sabartiyah. (2019). *Pelestarian Lingkungan Hidup*. Semarang: ALPRIN.
- Samuel, H., dan Setiawan, K.Y. (2018). Promosi melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen pemasaran*, 12(1): 47-52.
- Sari, N., & Widowati, R. (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek Dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 59–79.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan- Keahlian Edisi 6- Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyawati, T., and Darma, G.S. (2018). Efektifkah Experiential Marketing di Sebuah Rumah Sakit?, *Jurnal manajemen & Bisnis*, 15(1): 160-175.
- Siswanto, Y.E.W. (2016). Identifikasi Elemen Merek untuk Penetapan Brand Strategy pada Tocata. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5).
- Sofi. I.S. (2019). Pengaruh Brand Identity dan Promotion Mix Terhadap brand Image dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 08(4).
- Suhailah, A., Altje, L.T., & Ferdy,. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 5(2).
- Sunjoyo & Rony. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Supadmi, N.K, & Seminari, N.K. (2017). Peran Green Brand Satisfaction dalam Memediasi Hubungan Antara Green Brand Experience dengan Green Brand Trust. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(6): 3111-3138.

- Suyanton, N.M., dan Pramoni, S. (2020). Pengaruh Green Brand Image terhadap Green Brand Equity melalui Green Brand Trust pada perusahaan Kecantikan dan Perawatan Tubuh The Body Shop Indonesia. *Holistic Journal of Manajement Research*, 2(1).
- Tariq, M. Z. (2014). Impact of Green Advertisement and Green Brand Awareness on Green Satisfaction with Mediating Effect of Buying Behavior. *Journal of Managerial Sciences*, 8(2), 274–289.
- Utami, A.P. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Veren, L.W., Yenny, S., & Hanjaya, S. (2020). Pengaruh Green Brand Image Terhadap Repurchase Intention dengan Green Brand Satisfaction dan Green Brand Trust sebagai Mediator pada Starbuck Coffee Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 08(2).
- Widodo, S. (2017). *Metode Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube do Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2).
- Yunita, D.M. (2020). Pengaruh Green Brand Image, Eco-Label, dan Green Perceived Quality Terhadap Green Purchase Intention Melalui Green Trust. Universitas Negeri Semarang.