

DAFTAR PUSTAKA

- Almuarief. (2016). *PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH BRAND IMAGE (Studi pada Air Minum Dalam Kemasan Ades)*. UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
- Amoako, G. K., Dzogbenuku, R. K., Doe, J., & Adjaisson, G. K. (2022). Green marketing and the SDGs: emerging market perspective. *Marketing Intelligence and Planning*, 40(3), 310–327. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2018-0543>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Preiece Hall* (12 ed.). Pearson Education, Inc.
- Byrne, M. (2003). Green Ps: Understanding Consumer Preferences Across Environmental Marketing Mix Variations. *Science, Ottman 1998*, 1–12.
- Dalton, M., Hoyle, D. G., & Watts, M. W. (2010). *Green Marketing Management-Cengage South-Western*.
- Dewi, K. A. A., & Aksari, N. M. A. (2017). *PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK Fenomena terbesar yang sedang dihadapi dunia ditengah perkembangan era globa*. 6(11), 6029–6060.
- Ghozali. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP UNDIP.
- Haines, G. H., Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1970). The Theory of Buyer Behavior. *Journal of the American Statistical Association*, 65(331), 1406. <https://doi.org/10.2307/2284311>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. PT Refika Aditama.
- Karunarathna, A. K. P., Bandara, V. K., Silva, A. S. T., & De Mel, W. D. H. (2020). Impact of Green Marketing Mix on Customers' Green Purchasing Intention with Special Reference to Sri Lankan Supermarkets. *South Asian Journal of Marketing*, 1, 127–153. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25067.77606>

- Marheni eka saputri, tutut ratna pratama. (2014). Pengaruh Band Image terhadap Pengguna Smartphone iPhone. *Sosio Teknologi*, 13(3), 3.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13-Jilid ed.). Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (Cet.1). Alfabeta.
- Rose, M. (2020). *Logo merek terkenal: sejarah dan makna*. KataOn-Line.
- Samsu, S. (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. In *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)* (Nomor May 2021).
- Sangadji, Mamang, E., Sopiah, & WK, N. (2013). *Perilaku konsumen : pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Andi.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. salemba 4.
- Silvia, F., & H, A. F. D. (2014). *DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya)*. 14(1), 1–9.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan*. (Cet.4). Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metodologi Penelitian Penentuan Metode Dengan Metode Kuantitatif*.