

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Alifia, H., & Dewi, P. A. R. (2022). Efektivitas strategi Green Marketing Communication terhadap keputusan pembelian produk Garnier (Studi pada Generasi Z di Kota Surabaya Tentang Garnier Green Beauty). *The Commercium*, 5(2), 294–304.
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak ke-4 di Dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/index.php/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Arief Muhammad. (2021). *Kumpulkan sampah plastik dengan ikut kampanye #OneGreenStep Garnier*. Wwww.Instagram.Com.
<https://www.instagram.com/p/CNrkpiTjKUS/?igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D>
- Azwar, S. (2016). *Sikap Manusia teori dan pengukurannya* (Edisi ke-2). Pustaka Pelajar.
- Bandur, A., & Prabowo, H. (2021). *Penelitian Kuantitatif: Metodologi, Desain, dan Analisis Data dengan SPSS, AMOS, Nvivo*. Mitra Wacana Media.
- Claria, D. A. K., & Sariyani, N. K. (2020). Metode Komunikasi Persuasif untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Masyarakat di Desa Kesiman Kertalangu pada Masa Pandemi Covid-19. *Linguistic Community Services Journal*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.55637/licosjournal.1.1.2281.1-8>
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. Latifah (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- Dianawanti, V. (2022). *Mengenal Green Science, Tren Produk Kecantikan Ramah Lingkungan yang Banyak Digemari Gen Z*. Wwww.Fimela.Com.
<https://www.fimela.com/beauty/read/5161345/mengenal-green-science-tren-produk-kecantikan-ramah-lingkungan-yang-banyak-digemari-gen-z?page=2>
- Dilla, A. N., & Candraningrum, D. A. (2019). Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunitas Mafindo Jakarta. *Koneksi*, 3(1), 199. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6204>
- Djaali, H. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (B. S. Fatmawati (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Febrinastri, F. (2022). *Hingga Juli 2022, Industri Kosmetik Meningkatkan 83% dan Didominasi UKM*. <https://www.suara.com/>
<https://www.suara.com/pressrelease/2022/09/13/105011/hingga-juli-2022-industri-kosmetik-meningkat-83-dan-didominasi-ukm>
- Fildzaishma, M., Pradekso, T., & Ulfa, N. S. (2022). Hubungan Persepsi Pesan Sustainable Beauty Dan Daya Tarik Brand Ambassador Garnier Dalam Kampanye Garnier Green Beauty Dengan Brand Image Garnier Sebagai Brand Ramah Lingkungan. *Interaksi Online*, 10(4), 121–133.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/36053>
- Garnier Indonesia. (2022). *Tips Kurangi Plastik*. Wwww.Instagram.Com.
<https://www.instagram.com/reel/Cgjr3qSgcyV/?igsh=MTc4MmM1YmI2Ng%3D%3D>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariates Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit - Undip.
- Gujarati, D. N., Mulyadi, J. A., Andri, Y., Barnadi, D., & Hardani, W. (2006). *Dasar Dasar Ekonometrika*. Erlangga.
- Lesilolo, N. M., Marta, R. F., & Rewindinar, R. (2021). Makna Kesenambungan Kampanye Green Beauty oleh Kosmetik Garnier. *Koneksi*, 5(1), 209. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.11021>
- Maryam, S., Pandu, P., & Mahdalena, V. (2021). Literasi Media Digital Pada Kampanye Greenpeace Id Di Media Sosial Instagram Dalam Merubah Perilaku Masyarakat. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora Vol 5 No 1*, 5(1), 242–253.
- McCrintle, M. (2014). The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*, October, 264. http://mccrintle.com.au/resources/The-ABC-of-XYZ_Chapter-1.pdf
- Mita, T., & Prayitno, Y. (2020). Efektivitas Kampanye Penggunaan Hashtag #dirumahaja Pada Sosial Media Twitter Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Menyikapi Pandemi Covid-19. *BroadComm*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v2i2.213>
- Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi suatu pengantar* (S. Aisha (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- Mustofa. (2019). Sisi Gelap Media Sosial : Ranah Sosial-Politik. *Jurnal Mozaik, XI edisi 1*, 8. <https://media.neliti.com/media/publications/299399-sisi-gelap-media-sosial-ranah-sosial-pol-af45d0b9.pdf>
- Mutma, F. S., Dyanasari, R., & Sholihah, K. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye Stay at Home di Media Sosial terhadap Motivasi dan Sikap Peduli Kesehatan Sesama Masyarakat di DKI Jakarta selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 176–196. <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/15398/7701>
- Pratiwi, F. S. (2023). *Gen Z Lebih Sering Akses Media Sosial Dibanding Generasi Lain*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/gen-z-lebih-sering-akses-media-sosial-dibanding-generasi-lain>
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID)
DOI: 10.31504/komunika.v9i1.2387. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>
- Priyatno, D. (2018). *SPSS : Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum* (Giovanny (ed.)). Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Putri, B. A. S., Pranayama, A., & Sutanto, R. P. (2018). Perancangan Kampanye “Sizter’s Project” sebagai Upaya Pencegahan Body Shaming. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(12), 1–9.
- Putri, C. N. (2022). *Kontribusi Selamatkan Lingkungan, Kumpulkan Kemasan Kosmetik Bekasmu di Sini*. Www.Kompas.Com. <https://www.kompas.com/parapuan/read/533170573/kontribusi-selamatkan-lingkungan-kumpulkan-kemasan-kosmetik-bekasmu-di-sini>
- Rahmadhani, P., & Sari, I. D. M. (2022). Pengaruh media sosial Twitter @Greenpeace.Id terhadap sikap peduli lingkungan. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 633–646.
- Rainer, P. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*. Data.Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>

- Ruhlessin, M. F. (2023). *Sepanjang Tahun 2022, Ada 12,54 Juta Ton Sampah Plastik di Indonesia*. Www.Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/properiti/read/2023/06/15/180000421/sepanjang-tahun-2022-ada-12-54-juta-ton-sampah-plastik-di-indonesia>
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif - Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS* (Giovanny (ed.)). Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Sarwono, J., & Salim, H. N. (2017). *Prosedur-Prosedur Populer Statistik Untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Penerbit Gava Media.
- Sarwono, S. W. (2012). *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika.
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil (untuk Penelitian Sosial Kuantitatif)* (N. F. Atif (ed.)). PT Refika Aditama.
- Sinambela, L. P., & Sinembela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik* (Monalisa (ed.)). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.
- Sujana, K., Hariyadi, S., & Purwanto, E. (2018). Hubungan Antara Sikap Dengan Perilaku Peduli Lingkungan Pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 5(2), 81.
<https://doi.org/10.20527/ecopsy.v5i2.5026>
- Sunardiyah, F., Pawito, & Naini, A. M. I. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kampanye Sosial Media dan Citra Organisasi terhadap Kepuasan Konsumen di Bea Cukai Surakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 237.
<https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.6615>
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh *Digital Native*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>
- Sutiani, L. (2022). *5 Merk Skincare Terbaik di Indonesia*. Kompas.Co.Id.
<https://kompas.co.id/article/merk-skincare-terbaik-di-indonesia/>
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2018). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” Sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 1693–3699.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye* (R. K. Soenendra (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyudin, U. (2017). Strategi komunikasi lingkungan dalam membangun kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. *Jurnal Common*, 1(2), 130–134.
- Wamad, S. (2023). *Produksi Sampah di Bandung Meningkat Tiap Tahun*. Www.Detik.Com. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6724978/produksi-sampah-di-bandung-meningkat-tiap-tahun>
- Wambrauw, N. R., Randang, J. R. K., & Kalesaran, E. (2019). *Peran Komunikasi Persuasif Customer Service Dalam Menarik Simpati Pada Pelanggan Di Pt. Bank Papua Cabang Biak Kota*. 4.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/24552>
- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis* (Ilalang (ed.)). Araska.
- www.loreal.com. (n.d.). *Garnier Indonesia berhasil menjadi top 3 brand pilihan konsumen Indonesia berkat inisiatif Garnier Green Beauty*. Www.Loreal.Com. Retrieved November 2, 2023, from <https://www.loreal.com/id-id/indonesia/news/brands/garnier-indonesia-top-3-brand/>
- www.loreal.com. (2021). *Garnier Ajak Masyarakat Indonesia untuk Mengubah*

- Sampah Menjadi Berkah dalam Kampanye #OneGreenStep*. Www.Loreal.Com.
<https://www.loreal.com/id-id/indonesia/news/brands/garnier-onegreenstep/>
- Yuliesti, K. D., Suripin, S., & Sudarno, S. (2020). Strategi Pengembangan Pengelolaan Rantai Pasok Dalam Pengelolaan Sampah Plastik. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 18(1), 126–132. <https://doi.org/10.14710/jil.18.1.126-132>
- Yulita, L. (2023). *Daur ulang sampah : Pengertian, Manfaat, dan Langkah-Langkahnya*. Hotelier.Id. <https://hotelier.id/studi/daur-ulang-sampah/>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>