

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Patta Rapanna, Ed.). Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Adi, A. (2024, Mei 17). *ni Alasan Konsumen Indonesia Beli Produk Berkelanjutan*. Dipetik Oktober 21, 2024, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/8ab50ad7cb35fb6/ini-alasan-konsumen-indonesia-beli-produk-berkelanjutan>
- Alfansyur, A. (2020). *SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK INFO ARTIKEL ABSTRAK*. 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.3432>
- 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>
- Amrita, N., Suryawan, T., Idayanti, I. D., & Putra, C. (2024). *GREEN MARKETING (Dunia Baru dalam Dunia Marketing)* (1st ed.; Y. Agusd, Ed.). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Aruman, E. (2023, May 18). *GREEN MARKETING VS GREENWASHING*. Dipetik Desember 8, 2024, dari mix.co.id: <https://mix.co.id/headline/green-marketing-vs-greenwashing/>
- Cindy, A. (2024, April 3). *Timbulan Sampah Plastik Indonesia Terus Meningkatkan Hampir Sedekade*. Dipetik Oktober 21, 2024, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/lingkungan/statistik/fb170ca1688b4f1/timbulan-sampah-plastik-indonesia-terus-meningkat-hampir-sedekade>
- Chen, Y. S. (2019). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- Correia, E., Sousa, S., Viseu, C., & Larguinho, M. (2023). Analysing the Influence of Green Marketing Communication in Consumers' Green Purchase Behaviour. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2). <https://doi.org/10.3390/ijerph20021356>
- Creswell, J. W. (2019). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Feriandy. (2019). *MARKETING MIX (STUDI KASUS PADA PT. ASKOTAMA INTI NUSANTARA)*.
- FV Universitas Negeri Malang. (2024, Oktober). *Green Marketing: Kekuatan Pendorong Perilaku Konsumen yang Berkelanjutan*. Dipetik Desember 22, 2024, dari <https://fv.um.ac.id>: <https://fv.um.ac.id/2024/10/green-marketing-kekuatan-pendorong-perilaku-konsumen-yang-berkelanjutan/>
- Grant, M. R. (2021). *Contemporary Strategy Analysis* (11th ed.). New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Greenpeace. (2019). *sampah Kemasan Makanan dan Minuman Mendominasi*. Dipetik Desember 2024, dari Greenpeace.Org: <https://www.greenpeace.org/indonesia/cerita/4238/sampah-kemasan-makanan-dan-minuman-mendominasi/>
- Hamzah, M., Sudaryanto, E., Cahyo, B., & Pradana, S. A. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif pada Ragil Kuning)*.
- Hardani, N. dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group .

- Hardjana, A. M. (2016). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Hening, R., Putri, A. B., & Febriyanti, S. N. (2023). GREEN MARKETING COMMUNICATION STRATEGY FOR SMARTTOOLS RECHARGEABLE BATTERIES VIA SOCIAL MEDIA (TIKTOK, INSTAGRAM AND YOUTUBE) STRATEGI GREEN MARKETING COMMUNICATION BATERAI ISI ULANG SMARTOOOLS MELALUI MEDIA SOSIAL (TIKTOK, INSTAGRAM DAN YOUTUBE) ARTICLE INFO ABSTRACT Correspondent. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2). Retrieved from <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Ibrahim, M. (2023, November 29). *KemenKopUKM: 84 Persen Wirausaha Muda Tertarik Bisnis Ramah Lingkungan*. Dipetik Desember 2024, dari Infobanknew.com: <https://infobanknews.com/kemenkopukm-84-persen-wirausaha-muda-tertarik-bisnis-ramah-lingkungan/>
- Indrawati, M. (2023). *EVALUASI KRITIS GREEN MARKETING SEBAGAI BRAND IMAGE PADA STARBUCKS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA*.
- Jakpat. (2023, Desember 15). *8% of Gen Z and Millennials Are Interested in Implementing the Zero Waste Movemen*. Diambil kembali dari <https://insight.jakpat.net/>: <https://insight.jakpat.net/gen-z-and-millennials-in-implementing-zero-waste-movement/>
- Jannah, U., & Moh Moefad, A. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA BARU SETIGI DI GRESIK JAWA TIMUR. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 9). Retrieved from <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Komunikasi Pemasaran Green Marketing, S., Mendukung Kampanye Ramah Lingkungan Kepada Konsumen, U., Sagiyanto, A., & Qibtiyani, atul. (2021). "Strategi Komunikasi Pemasaran Green Marketing Pada Produk Hellobottle.Id Dalam. *Sugiyanto A , Qibtiyani B*, 12(1). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Littlejohn, W. S., & Foss, A. K. (2019). *Theories of Human Communication* (11th ed.). Long Grofe: Waveland Press Inc.
- Manongko, A. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)* (1st ed.; M. Mandagi, Ed.). Minahasa Utara: Yayasan Makaria Waya.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (cet. 40). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (13th ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina, Ed.). Bandung: CV. Harfa Creative
- Neuman, L. W. (2015). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan*. PT.Indeks.
- Noti, F. B., Prasetya Widodo, H., & Setiamandani, E. D. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kae Thai Tea dalam Meningkatkan Brand Awareness* (Vol. 3).
- Octafina, A., Murdiati, E., & Trisiah, A. (2024). Strategi Komunikasi Green marketing pada Produk INNISFREE dalam Upaya Mendukung Kampanye Ramah Lingkungan. *Physical Sciences, Life Science and Engineering*, 1(2), 11. <https://doi.org/10.47134/pslse.v1i2.243>
- Ottman, J. (2011). *The New Rules of Green Marketing* (1st ed.). New York: Greenleaf Publishing

- PPIM UIN JAKARTA. (2024, October 29). *Gender dan Generasi Dalam Isu Lingkungan: Siapa Yang Lebih Peduli?* Dipetik Januari 2025, dari ppim.uinjkt.ac.id: <https://ppim.uinjkt.ac.id/2024/10/29/gender-dan-generasi-dalam-isu-lingkungan-siapa-yang-lebih-peduli/>
- Rahmat, T., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2022). SDG's and Zero Emission Vision in Indonesia: Implementation of Green Marketing and "Green" Direct Marketing Campaign Opportunities based on Population Database. *International Journal of Nusantara Islam*, 10, 69–80. <https://doi.org/10.15575/ijni.v10i1.22263>
- Reddy, K. P., Chandu, V., Srilakshmi, S., Thagaram, E., Sahyaja, C., & Osei, B. (2023). Consumers perception on green marketing towards eco-friendly fast moving consumer goods. *International Journal of Engineering Business Management*, 15. <https://doi.org/10.1177/18479790231170962>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif* (Vol. 17).
- Romli, N. A., Safitri, D., & Yustitia, P. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Hijau Dalam Pemberdayaan Kewirausahaan Masyarakat Mat Peci*. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3>
- Ruslan, R. (2021). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Saputra, H., & Shihab Saggaff, M. (n.d.). *Implementasi Strategi Pemasaran Hijau dan Dampaknya terhadap Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan*. Retrieved from <https://journal.ikopin.ac.id>
- Sausan, V., Hardian, H., Kholik, A., & Fatimah, A. N. (2024). *Pengaruh Key Opinion Leader (KOL) Terhadap Jumlah Followers Instagram Tropikana Waterpark*. <https://doi.org/10.38035/rj.v6i4>
- Setiawan, B., Gendalasari, G. G., & Putrie, D. R. (2022). ANALYSIS OF CONSUMERS' GREEN PURCHASE BEHAVIOR ON BOTTLED WATER THROUGH A GREEN BRAND IMAGE APPROACH. *Riset*, 4(2), 001–011. <https://doi.org/10.37641/riset.v4i2.167>
- Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. CV. Nata Karya.
- Silfina, I. (n.d.). "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HIJAU (GREEN MARKETING) PT. HYUNDAI MOTOR INDONESIA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS MOBIL LISTRIK DI INDONESIA" Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi JAKARTA 2024.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Szabo, S., & Webster, J. (2021). Perceived Greenwashing: The Effects of Green Marketing on Environmental and Product Perceptions. *Journal of Business Ethics*, 171(4), 719–739. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04461-0>
- Venus, A. (2018). *Manajemen kampanye: panduan teoretis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi publik* (1st ed.; Rema K Soenandar, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wardhani, S., & Persepsi Dan Preferensi Konsumen|45, Y.-P. (2019). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product Ujang Sumarwan. In *Jurnal Manajemen dan Organisasi*.

- PPIM UIN JAKARTA. (2024, October 29). *Gender dan Generasi Dalam Isu Lingkungan: Siapa Yang Lebih Peduli?* Dipetik Januari 2025, dari ppim.uinjkt.ac.id: <https://ppim.uinjkt.ac.id/2024/10/29/gender-dan-generasi-dalam-isu-lingkungan-siapa-yang-lebih-peduli/>
- Sadiyah, H. (2024, May 27). *5 Negara Penghasil Sampah Laut Terbesar di Dunia, RI Termasuk.* Dipetik Oktober 21, 2024, dari CNBC: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240526181939-33-541216/5-negara-penghasil-sampah-laut-terbesar-di-dunia-ri-termasuk>
- Sari, H., & Djumena, E. (2023, November 29). *Kemenkop UKM: 58 Persen Wirausaha Muda Mulai Bisnis Ramah Lingkungan.* Dipetik Oktober 2024, 2024, dari Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2023/11/29/201200926/kemenkop-ukm--58-persen-wirausaha-muda-mulai-bisnis-ramah-lingkungan>
- Tanjung, Y. (2023, Oktober 15). *Apa Itu Kampanye? Sejarah, Contoh, Jenis, Media Kampanye.* Dipetik Januari 2025, dari Nolimit Space: <https://nolimit.id/blog/apa-itu-kampanye-contoh-dan-jenisnya/>
- Tempo. (2022). *KLHK: Aturan Volume AMDK Minimal 1 Liter Itu Kewajiban.* Dipetik Desember 2024, dari Tempo.com: <https://www.tempo.co/iklan/klhk-aturan-volume-amdk-minimal-1-liter-itu-kewajiban-322892>
- Wahyudi. (2022, September 7). *Menguak Rahasia AQUA Bisa Memonopoli Bisnis AMDK di Indonesia (2).* Dipetik Desember 2024, dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/gie-wahyudi1541411374075/menguak-rahasia-aqua-bisa-memonopoli-bisnis-amdk-di-indonesia-2-1yoMthDkIr4>
- Yulianti, C. (2024, September 11). *Indonesia Jadi Penyumbang Sampah Plastik Terbesar Ke 2 Di Dunia, Ini Penyebabnya.* Dipetik Oktober 21, 2024, dari Detikedu: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7536226/indonesia-jadi-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-ke-2-di-dunia-ini-penyebabnya>