

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani Syatira (2021) *Analisis on the effect of green marketing mix on consumer purchase decision toward oatly products (A Study on oatly consumer in the Greater Jakarta Area) respositry*. Um. Ac. I'd vol 3 no 1
- Agustin, Risna Dwi,S (2020) Pengaruh *green marketing* terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal administrasi bisnis(Jab)* vol 22 no 2 hal 1-10
- Balawera, A. 2013 *Green marketing dan corporate social responsibility* pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen melalui minat membeli produk organik di freshmart kota Manado, *jurnal emba (online)*
- Chandra fellycia (2019) pengaruh *green marketing mix* terhadap minat beli konsumen padaproduk the body shop di jakarta barat. *Jurnal emba*, 881-890
- Dianti i, c (2021) *green produk* dan keputusan pembelian konsumen muda" *Jurnal education and economic*, Desember, 403-409
- Davari, A.,&strutton, D(2014) "*Marketing mix strategy for closing the gap between green consumer pro-vironmental beliefs and behavior* " *Journal of strategic marketing*, 22(7) 563-586, [Http:// doi. Org/10.1080/09656367x.2014.914059](http://doi.org/10.1080/09656367x.2014.914059)
- Fisati choiroh(2020) *Pengaruh green product green price* terhadap minat beli konsumen pada tupperware (Studi kasus pada mahasiswa manajemen Fe unisla) ([Http:// jurnalekonomi. Unisla. AC. I'd](http://jurnalekonomi.unisla.ac.id)) diakses 16 Oktober 2018
- Hartono Muhammed (2019) Pengaruh *green marketing mix* terhadap minat beli ulang disepenuh hati caffe kioks bandung *jurnal Emba*, Juli, 4819-4925
- Hati, S, Dan Afriani, K. 2015 pengaruh *green marketing* terhadap kepuasan pelanggan produk kosmetik merek the body shop, *jurnal akuntansi, Ekonomi,(Online)vol3no2*,([Http://jurnal.polibatam,AC,id/index.php/JAEMB/Article/view/166/152](http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAEMB/Article/view/166/152)) diakses 16 Oktober 2018
- Himawan, Y. H. 2014. Pengaruh *Green Marketing* Perusahaan Pada Pilihan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, (Online), vol. 11, no. 1c, (id.portalgaruda.org), diakses 10 Oktober 2018.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Alih Bahasa

- Bob Sabran. 2008. Jakarta: Erlangga.
- Putranti, Honorata R.D & Suparmi. 2016. Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan dan Informasi Terhadap Minat Beli Ulang. *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC Manajemen*, (Online), (<https://www.neliti.com/id/publications/170942/pengaruh-kemasan-ramah-lingkungan-dan-informasi-terhadap-minat-beli-ulang-studi>), diakses 28 Januari 2019.
- Manongko, Allen A Ch. 2011. *Green Marketing* dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Membeli Produk Organik. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, (Online). (<https://scholar.google.co.id>) diakses 30 Januari 2019.
- Riska, Septifani, Fuad, Achmadi & Imam, S. 2014. Pengaruh *Green Marketing*, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, (Online), vol. 13, no 2, (id.portalgaruda.org), diakses 01 September 2018.
- Risna, Dwi A. & Srikandi, Kumadji & Edy, Y. 2015. Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Minat Beli serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, (Online), vol. 22 no 2, (<https://media.neliti.com/media/publications/85919-ID-pengaruh-green-marketing-terhadap-minat.pdf>), diakses 16 Oktober 2018.
- Santoso, C.R & Cahyadi, T.E. 2014. *Analyzing the Impact of Brand Equity towards Purchase Intention in Automotive Industry: A Case Study of ABC in sRA*, (Online), vol. 2, no 2, (<http://publication.petra.ac.id/index.php/ibm/article/view/2396/2176>), diakses 05 Oktober 2018.
- Situmorang, R. J. 2011. Pemasaran Hijau yang Semakin Menjadi Kebutuhan dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, (Online), 7(2): 132-142, diakses 28 Maret 2019.
- Suwarman, 2014. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya dalam pemasaran Edisi kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto & Limakrisna, N. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Syabandi. 2012. Implementasi *Green Marketing* Melalui Pendekatan Marketing MIX, Demografi dan Pengetahuan Terhadap Pilihan Konsumen. *Jurnal*

- Ekonomi, Bisnis dan Kewirausahaan*, (Online), Vol. 3, No. 1, (id.portalgaruda.org), diakses 19 Desember 2018.
- Teck Hong Tan. 2013. Use of Structural Equation Modeling to Predict the Intention to Purchase Green and Sustainable Homes in Malaysia. *Journal of Asian Social Science*, (Online), Vol. 9, No. 10, (scholar.co.id), diakses 25 November 2018.
- Tiwari, S., Tripathi, D.M., Srivastava, U. dan Yadav. 2011. Green Marketing Emerging Dimensions. *Journal of Business Excellence*, (Online), 2 (1):18(https://bioinfopublication.org/files/articles/2_1_2_JBE.pdf). diakses pada 1 April 2019.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik. Edisi 2*. Yogyakarta: C.V And Offset.
- Wisana, K., Soedargo, N.P., & Kristanti, M. 2018. Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Sikap Konsumen dan Minat Beli Ulang di *Green Hotel* di Indonesia. (*Jurnal Program Manajemen Perhotelan*). (Offline) (<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenperhotelan/article/viewFile/7475/6781>), diakses 30 Januari 2019.
- Ya-Hui Wang, Ssu-Ting Chen & Nai-Ning Chen. 2006. An Empirical Study of the Effect of Green Marketing on Purchase Intention – Evidence from Green Restaurant. *Journal of Advances in Management & Applied Economics*, (Online), Vol. 6, No. 4:1-14, (scholar.google.co.id), diakses 26 November 2018.
- Zulkifli, A. (2020) Green marketing; Redefinisi *Green Product, Green Price, Green Promotion, Green Place*. *Graha ilmu*