

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. D. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-member Tupperware Di Kota Malang) (Issue 2) [Journal:eArticle, Brawijaya University]. <https://www.neliti.com/publications/85919/>
- Akbar, I. (2022). LITERATURE REVIEW PEMANFAATAN SUMBER DAYA KELAUTAN UNTUK SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS). Jurnal Sains Edukatika Indonesia (JSEI), 4(1). <https://jurnal.uns.ac.id/jsei/article/view/70930>
- Al-mahbubah, A. M. (2022). TINJAUAN TATA LETAK RAK FILLING BERKAS REKAM MEDIS DI RSAU DR. M. MUNIR LANUD ABDULRACHMAN SALEH MALANG [Diploma, ITSK RS dr. Soepraoen]. <https://repository.itsk-soepraoen.ac.id/885/>
- aplasindo. (2025, April 9). Pengelolaan Sampah PET di Indonesia: Krisis dan Solusi Berkelanjutan - PT APA PLASTIK INDONESIA (APLASINDO). <https://aplasindo.id/beranda/pengelolaan-sampah-pet-indonesia/>
- Arimurti, E. W. (2025). USM Science. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-G31A-1465.html>
- Aryoso, H., & Santi, F. (2023). MILENIAL DAN INVESTASI BERKELANJUTAN: MENGHINDARI JEBAKAN GREENWASHING. Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 12(04), 1175–1184. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i04.29988>
- Athanasius, S. S., Widyanto, M., & Untari, R. (2018). Pengaruh Customer Based Brand Equity(CBBE) Merek Snack terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pelajar Di Kabupaten Grobogan Jawa Tengah. Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (Jemap), 1(2), 205–220. <https://doi.org/10.24167/jemap.v1i2.1752>
- Aulia;, R. S. (2025). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA KONTEN INSTAGRAM BISNISCOM MENGENAI PERNYATAAN PRABOWO

SUBIANTO TENTANG TINGKAT KOMPONEN DALAM NEGERI. USNI. (JAKARTA).

[//repository.usni.ac.id/index.php?p=show_detail&id=4426&keywords=](https://repository.usni.ac.id/index.php?p=show_detail&id=4426&keywords=)

Aulia, R. S. (2025). Universitas Satya Negara Indonesia | Institutional Repository USNI.

[//repository.usni.ac.id/index.php?author=%22Ratu+Shafa+Aulia%22&search=Search](https://repository.usni.ac.id/index.php?author=%22Ratu+Shafa+Aulia%22&search=Search)

Avriyanty, R. (2016). Analysis of Audience Reception on Youtube toward Gender Construction in the Music Video If I Were a Boy by Beyonce Knowles. *Paradigma, Jurnal Kajian Budaya*, 2(1), 88. <https://doi.org/10.17510/paradigma.v2i1.20>

Ayu Aziza, W. (2021). ANALISIS SISTEM ANTRIAN LAYANAN TELLER BANK NEGARA INDONESIA (BNI) KANTOR CABANG JAKARTA KOTA [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta]. <http://repository.stei.ac.id/4263/>

Baran, & Davis. (2010). Teori komunikasi massa: Dasar, pergolakan, dan masa depan / Stanley J. Baran, Dennis K. Davis. <https://www.semanticscholar.org/paper/Teori-komunikasi-massa%3A-dasar%2C-pergolakan%2C-dan-masa-Baran/bbc83927bba38ca93487048208cf072e7f9d11d5>

Borrelle, S. B., Ringma, Jeremy, Law, K. L., & Monnahan, C. C. (2020). Predicted growth in plastic waste exceeds efforts to mitigate plastic pollution—PubMed. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32943526/>

Daskarata, H. A., Setiawan, W. I., Adiyatma, M. I., Prananto, M. A., Kamal, U., & Rajib, R. K. (2025). ANALISIS YURIDIS TERHADAP GREENWASHING DALAM IKLAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN DI INDONESIA. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 10337–10347.

- De Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. D. L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Delmas, M., & Burbano, V. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Dwijayanti, R. I., Olifia, S., & Wisahra, A. (2022). Resepsi Khalayak Terhadap Kampanye Diet Kantong Plastik Pada Instagram @IDDKP. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 311–320. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2624>
- Dwiputra, K. O. (2021a). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di *klikdokter.com*. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>
- Dwiputra, K. O. (2021b). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di *klikdokter.com*. https://www.researchgate.net/publication/349209642_Analisis_resepsi_khalayak_terhadap_pemberitaan_Covid-19_di_klikdoktercom
- ekonomisirkular.id. (2025). Ekonomisirkular ID | Kontribusi Le Minerale Mendukung Penerapan Pendekatan Ekonomi Sirkular di Festival LIKE 2024. <https://ekonomisirkular.id/newsideas/kontribusi-le-minerale-mendukung-penerapan-pendekatan-ekonomi-sirkular-di-festival-like-2024>
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). PORNOGRAFI DALAM FILM: ANALISIS RESEPSI FILM “MEN, WOMEN & CHILDREN.” *ProTVF*, 2(1), 19–35. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.11347>
- Febriyanti Yahya, A. (2022). Analisis Resepsi Khalayak terkait Konten Kesehatan Mental Youtube Menjadi Manusia. <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/22060/>
- Feghali, K., Najem, R., & Metcalfe, B. D. (2025). Greenwashing in the era of sustainability: A systematic literature review. *Corporate Governance and Sustainability Review*, 9(1), 18–31. <https://doi.org/10.22495/cgsrv9i1p2>

- Gemiharto, I., Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2017). KAJIAN KRITIS TAYANGAN TELEVISI FAVORIT KELAS MENENGAH PERKOTAAN. *ProTVF*, 1(1), 13–30. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v1i1.13329>
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). PEMAKNAAN RASISME DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI FILM GET OUT). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127–134. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1619>
- Guzman, F. (2005). A BRAND BUILDING LITERATURE REVIEW BY.
- Hagen, I., & Wasko, J. (2000). *Consuming audiences? : Production and reception in media research*. Cresskill, N.J. : Hampton Press. http://archive.org/details/isbn_1572731761
- Halim, K. A., Christy, C. D., Tyas, K., Kautsar, A. N., & Yaputra, R. R. (2025). Dilema Etis Penggunaan Kulit Hewan dalam Industri Fashion dan Dampaknya Terhadap Lingkungan. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora*, 3(01). <http://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/view/910>
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali, Ed.). Wal Ashri Publishing. <http://repository.uinsu.ac.id/9105/>
- Harahap, P. (2026). Strategi Rebranding sebagai Upaya Pemulihan Citra Bisnis di Tengah Krisis. *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen Nusantara*, 4(3), 342–350. <https://doi.org/10.55338/jeama.v4i3.428>
- Harnanto, K. B. (2025). USM Science. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-G31A-1435.html>
- Hasna, S., Nurnisya, F. Y., & Sofian, M. (2024). Decoding Masculinity: An Analysis of Stuart Hall's Reception Theory in BTS Music Videos and Its Impact of Consuming Buying on Indonesian Fans (2013–2021). ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/386107376_Decoding_Masculinity_

- An_Analysis_of_Stuart_Hall's_Reception_Theory_in_BTS_Music_Videos_and_Its_Impact_of_Consuming_Buying_on_Indonesian_Fans_2013-2021
- Hidayat, M. (2025). Analisis Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel pada Citra Perempuan dalam Akun Youtube Opi E-Sports. *Journal of Management, Education and Communication*, 3(1), 53–70. <https://doi.org/10.64685/jmec.v3i1.53>
- Hijrah, L., Hakim, Ahmad Firman, Hikmah, Mukhibatul, Nurrohman, Rosyid, & Nadroh, Ummi. (2025). PERJALANAN MENUJU GREEN LIVING : SEBUAH STUDI KUALITATIF TENTANG MOTIVATION, BARRIERS, AND LIFESTYLE CHANGE. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/issue/view/32>
- hukumonline.com. (2012). Hukumonline Pro—Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012. <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt4f98d3a83cfd2/peraturan-pemerintah-nomor-47-tahun-2012/>
- Ismail, N. (2015). METODOLOGI PENELITIAN UNTUK STUDI ISLAM. SAMUDRA BIRU. <https://repository.umy.ac.id/handle/123456789/12090>
- Jabnabillah, F., Aswin, & Fahlevi, M. R. (2023). Efektivitas Situs Web Pemerintah Sebagai Sumber Data Sekunder Bahan Ajar Perkuliahan Statistika | Jurnal Sustainable. <https://rumahjurnal.iainsasbabel.ac.id/sus/article/view/3373>
- jurnas.com. (2020). Klaim Ramah Lingkungan Galon Sekali Pakai Dinilai Hanya Gimmick. *Jurnas.Com*. <https://www.jurnas.com/artikel/82789/klaim-ramah-lingkungan-galon-sekali-pakai-dinilai-hanya-gimmick/>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
- Keller, K. L. (2001). Building Customer-Based Brand Equity: A Blueprint for Creating Strong Brands. MSI - Marketing Science Institute. https://www.msi.org/?post_type=resources&p=2552

- Komalasari, D. (2020). RAMA - REPOSITORY. <https://rama.kemdiktisaintek.go.id/document/detail/oai:repository.ummat.ac.id:855-151>
- Kumajas, L. I., Saerang, D. P. E., Maramis, J. B., Dotulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022). KONTRADIKSI SUSTAINABLE FINANCE: SEBUAH LITERATUR REVIEW. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41356>
- Kuvykaitè, R., & Tarutè, A. (2015). A Critical Analysis of Consumer Engagement Dimensionality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 20th International Scientific Conference “Economics and Management 2015 (ICEM-2015),” 213, 654–658. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.468>
- Larashati, N. N. (2019). USM Science. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-G31A-237.html>
- Le Minerale. (2026). In Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Le_Minerale&oldid=28769919#Produk_Le_Minerale
- Le Minerale Buka Suara Usai Ramai Petisi Tolak Galon Sekali Pakai. (2021). kumparan. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/le-minerale-buka-suara-usai-ramai-petisi-tolak-galon-sekali-pakai-1uvXKcSQe0Y>
- Le Minerale Raih Merek AMDK Terbaik di WOW Brand 2025 | tempo.co. (2025, March 4). Tempo. <https://www.tempo.co/info-tempo/le-minerale-raih-merek-amdk-terbaik-di-wow-brand-2025-1214892>
- leminerale.com. (2024a). Kemasan Edisi Khusus Le Minerale Wujud Nyata Apresiasi dan Dukungan Bagi Para Atlet Sepak Bola. <http://www.leminerale.com/news/Kemasan-Edisi-Khusus-Le-Minerale-Wujud-Nyata-Apresiasi-dan-Dukungan-Bagi-Para-Athlet-Sepak-Bola>
- leminerale.com. (2024b). Le Minerale Running Squad Cetak Pelari Full Marathon di JRF 2025. <https://www.leminerale.com/news/le-minerale-latih-puluhan-pelari-sukses-virgin-full-marathon-di-jrf-2025>

- Lincoln, & Guba. (1985). Table 1. Lincoln & Guba's (1985) trustworthiness criteria & techniques... ResearchGate. https://www.researchgate.net/figure/Lincoln-Gubas-1985-trustworthiness-criteria-techniques-for-establishing-them_tbl1_260312062
- Lubis, W. I., Fahdillah, Y., & Muryati. (2025). INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DAN PERSONAL BRANDING DALAM MENINGKATKAN BRAND EQUITY USAHA MAMITOKO. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 4(1), 592–606. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2025.4.1.2057>
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- Marketeers. (2024, January 2). Strategi Sukses Le Minerale: Terapkan Standar Baru. www.marketeers.com. <https://www.marketeers.com/strategi-sukses-le-minerale-terapkan-standar-baru/>
- Miller, D., Merrilees, B., & Yakimova, R. (2013). Corporate Rebranding: An Integrative Review of Major Enablers and Barriers to the Rebranding Process. https://www.researchgate.net/publication/259550138_Corporate_Rebranding_An_Integrative_Review_of_Major_Enablers_and_Barriers_to_the_Rebranding_Process
- Mujiburrohman, & Hefniy. (2025). Transformasi Strategi Komunikasi Pemasaran Pesantren di Era Society 5.0: Studi Etnografi dan Netnografi Virtual. *Visionaria: Journal of Educational Innovation Management*, 1(2), 84–101.
- Mulyono, A., & Sunyoto, D. (2025). Dampak Green Marketing, Kesadaran Lingkungan, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Ramah Lingkungan di Yogyakarta. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 2629–2643. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i3.8883>

- Nugroho, E. (2019). Teoritisasi Komunikasi Dalam Tradisi Sosiokultural | Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/13350>
- Nurmalasari, G. E. (2024). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Feminisme pada Iklan Maybelline x Dylan Mulvaney dalam platform Media Sosial TikTok [Undergraduate, Universitas Islam Sultan Agung Semarang]. https://doi.org/10.2/Ilmu%252520Komunikasi_32802000045_pernyataan_publicasi.pdf
- Oktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2023). Strategi branding membangun Brand Identity pada UMKM. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 4(3), 1829–1836. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1213>
- Ottman, J. (2011). The New Rules of Green Marketing | Strategies, Tools, and Inspiration. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781351278683/new-rules-green-marketing-jacquelyn-ottman>
- Palupi, T. R. (2025). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PESAN.
- Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen | Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi. <https://journal.appisi.or.id/index.php/konsensus/article/view/461>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pratiwi, S. A., & Wibisono, D. (2025). Greenwashing memberikan Pengaruh Pada Niat Beli Hijau yang dimediasi Word of Mouth: Perspektif Theory of Planned Behaviour | Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA). <https://ejournal.stiekia.ac.id/index.php/JUMPA/article/view/319>

- Putri, F., Wahdiyati, D., & Tiara, A. (2025). Resepsi Mahasiswa Komunikasi di Jakarta Mengenai Isi Pesan Disfungsi Keluarga Dalam Lagu “Berakhir di Aku” Karya Idgitaf. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 9, 1520–1529. <https://doi.org/10.35870/jtik.v9i4.4046>
- Putri, N., & Hayu, R. (2024). The Influence of Environmental Knowledge, Green Product Knowledge, Green Word of Mouth, Greenwashing, and Green Confusion as Mediator of Green Purchase Intention. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.4970>
- Putri, R. N., Dharta, F. Y., & Yusup, E. (2024). Pengaruh Rebranding Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Da’watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 697–702. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.4902>
- Rachmad, Y. E. (2024). Evolution Of Buyer Behavior: The Shift From Passive Consumers To Active Marketing Participants. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/396326150_Evolution_Of_Buyer_Behavior_The_Shift_From_Passive_Consumers_To_Active_Marketing_Participants
- Rahmatia, A. R., & Alfi, Y. L. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN PENGELOLAAN GALON PLASTIK LE MINERAL SEKALI PAKAI UNTUK KEBERLANJUTAN TERHADAP LINGKUNGAN. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 2(1), 309–317. <https://doi.org/10.572349/kultura.v2i1.924>
- Rajagukguk, R. (2025). Marketeers Youth Choice Award 2025: Le Minerale Raih Gold untuk Kategori Mineral Water. www.marketeers.com. <https://www.marketeers.com/marketeers-youth-choice-award-2025-le-minerale-raih-gold-untuk-kategori-mineral-water/>
- redaksi. (2025, July 8). Le Minerale Merek Minuman Paling Diminati, Tunjukkan Tren Kuat ke Minuman Sehat dan Ekonomis. *Benang.Id Berita Terkini Merajut*

- Kesejukan. <https://benang.id/le-minerale-merek-minuman-paling-diminati-tunjukkan-tren-kuat-ke-minuman-sehat-dan-ekonomis/>
- S, S., Syam, A., Rakib, M., Rahmatullah, R., & Dinar, M. (2020). PENGARUH AKSESIBILITAS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS ONLINE (Studi Kasus Bisnis Kosmetik Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar) | S. | Indonesian Journal of Social and Educational Studies. <https://doi.org/10.26858/ijses.v1i2.16204>
- Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140–154. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i2.13285>
- Sari, M. K. (2022). FENOMENA PAWANG HUJAN (ANALISIS RESEPSI MAHASISWA MAGISTER ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG TERHADAP PAWANG HUJAN MANDALIKA DALAM VIDEO BERJUDUL “MENDEBAT SI PAWANG HUJAN” PADA PODCAST DEDDY CORBUZIER). *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 5(2), 275–285. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4291>
- sasetyaningtyas, dwi. (2019, October 18). Sisi Gelap Air Minum Dalam Kemasan dan Botol Plastik. *Sustaination*. <https://srv893273.hstgr.cloud/sisi-gelap-air-minum-dalam-kemasan-dan-botol-plastik/>
- Sejati, A. N., & Arif Surya Kusuma, S. I. K. (2023). Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pesan Budaya Pada Iklan Tokopedia (Semua Slalu Ada Dan Slalu Bisa Di Wib Tokopedia [S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/117728/>
- Shaputra, Rizky. (2013). Green Marketing pada produk Kosmetik. https://www.academia.edu/17665896/Rizky_Kharismawan_Shaputra_Green_Marketing_pada_produk_Kosmetik
- Siregar, L. M., & Prihatin, S. D. (2025). ANALISIS TEORI RESEPSI TENTANG FILM PENDEK LORONG BUKU SEBAGAI PROMOSI PERPUSTAKAAN.

- BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi, 9(1), 158–174.
<https://doi.org/10.17977/um008v9i12025p161-177>
- Situmorang, M. (2024). PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN 2024.
- Solichin, D. M. M. (2021). PARADIGMA KONSTRUKTIVISME DALAM BELAJAR DAN PEMBELAJARAN.
- Somantri, G. (2005). Memahami Metode Kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57–65. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- Sugiyono. (2013). Sugiyono—2013—Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D | PDF. <https://www.scribd.com/document/671612229/Sugiyono-2013-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-dan-R-D-1>
- Surokim, Rakhmawati, Y., & Suratnoaji, C. (2016). RISET KOMUNIKASI: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula. Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB-UTM & AspiKom Jawa Timur. <http://digilib.upnb.ac.id/items/show/903>
- Trilatifah. (2020, November 20). Polemik Galon Sekali Pakai Le Minerale di Tengah Kampanye Ramah Lingkungan. <https://analysis.netray.id/polemik-galon-sekali-pakai-le-minerale-di-tengah-kampanye-ramah-lingkungan/>
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma Konstruktivis. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Uno, H. B. (2020). PARADIGMA PENELITIAN.
- Verdianto, H., & Jaolis, F. (2023). STUDI PERSEPTUAL KEDAI KOPI COFFEE-TO-GO DI SURABAYA MENGGUNAKAN PERSPEKTIF CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY. Google Docs. https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vSpYo04bymqQWw0fjjGnqvX3oWt2GaJKrNRBw9EKOBJS922enQj_KNsPpX3TEyM9s4OFvOnhAA0THta/pubhtml?gid=0&single=true&widget=true&headers=false&usp=embed_facebook
- Widyaningrum, G. L. (2020). Studi Terbaru: Masalah Sampah Plastik di Bumi Sudah di Luar Kendali - National Geographic.

<https://nationalgeographic.grid.id/read/132346281/studi-terbaru-masalah-sampah-plastik-di-bumi-sudah-di-luar-kendali>

- Widyastuti, S. (2019). Sebuah Sintesis Pada Literatur: Strategi Intervensi Pemasaran Hijau Menuju Pembangunan Berkelanjutan (A Synthesis of Literature: A Green Marketing Intervention Strategy towards Sustainable Development). *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2, 83–94. <https://doi.org/10.35592/jrb.v2i2.401>
- Wulandari, E. N., & Sulistyawati, L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum dalam Kemasan Le Minerale (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur) | *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*. <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/6182>
- Yuliani, W. (2018). METODE PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING | *QUANTA: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan*. <https://www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/quanta/article/view/1641>
- Yuting Xie, M. A. I. B. Y. (2022). An Overview Of Stuart Hall’s Encoding And Decoding Theory With Film Communication. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5894796>
- Yuwono, A. B., & SE, M. (2021). Branding sebagai Inti dari Promosi Bisnis. *Profilm: Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman Dan Pertelevisian*, 1(2), 1–20.
- Zentoni, Santoso, B., & Tobing, D. M. L. (2025). Mengkriminalisasi Greenwashing: Menjawab Tantangan Perlindungan Konsumen di Era Keberlanjutan. *Jurnal Litigasi*, 26(1). <https://doi.org/10.23969/litigasi.v26i1.19243>