

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, D. H., Athanasius, S. S., & Retnawati, B. B. 2019. Identification of green marketing strategies: Perspective of a developing country. *Identification of green marketing strategies: perspective of a developing country*, 15(4), 42-56.
- Algifari. 2015. *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Amanah, D., & Harahap, D. A. 2018. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 11(3), 207.
- Annisa, F. 2015. Pengaruh Strategi Green Marketing Mix dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Ponsel NOKIA). *Jurnal Mix*, 6(2), 176-187.
- Ariescy, R. R., & Amriel, E. E. Y. (2019). Pengaruh Iklan Hijau Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades Di Kabupaten Jember. *Jurnal Mebis*, 4(2), 142-149.
- Azmi, Muhammad S. 2016. Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Butarbutar, Marisi et al., (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Media Sains Indonesia.
- Cosby. 1981. Relationship Between Consumers Behavior and Purchasing Green Products Marketing Eassy. <http://www.ukeyssays.com/essays/marketing/Relationship-between-consumers-behaviour-andpurchasing-green-products-marketing-essay.php> diakses tanggal 7 Januari 2023.
- D' Souza, C et al. 2006. Green Product and Corporate Strategy: An Empirical Investigation. *Society and Business Review*, 1(2), 144-157.
- Dehotman, F. 2017. Ini Sisi Negatif Pesatnya Perkembangan "Fast Fashion" di Indonesia. *Tribun Jabar*. Diakses dari <http://jabar.tribunnews.com/2017/07/29/ini-sisi-negatif-pesatnya-perkembangan-industri-fast-fashion-di-indonesia?page=2>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. 2017. Faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.

- Juniwati, M. Y. I. E. L. 2021. The Effect of Environmental Awareness, Green Product Knowledge and Product Quality on Trust and the Impact on Purchasing Decisions (Study on Tupperware Product Consumers in Pontianak). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 9(3), 165-176.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kotler, P., & G, Armstrong. 2009. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid I. Jakarta: PT. Indeks Kel. Gramedia.
- Lestari, A. 2020. *Kelompok Tani Perkotaan Sebagai Agen Dalam Meningkatkan Edukasi Kesadaran Lingkungan (Studi Kasus: Kelompok Tani Perkotaan Di Rw 03 Cempaka Putih Timur, Jakarta Pusat)* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Maharani, I. P. D., & Darma, G. S. (2018). Consumer Purchasing Behavior Analysis on Impulse Buying. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(3), 16-37.
- Neolaka, A. (2008). *Kesadaran Lingkungan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Paramita, N. D., & Yasa, N. N. K. (2015). Sikap dalam memediasi hubungan kesadaran lingkungan dengan niat beli produk kosmetik ramah lingkungan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 187-195.
- Putra, D. R., & Prasetyawati, Y. R. (2021). Pengaruh green product terhadap minat beli ulang konsumen melalui green advertising (Studi Terhadap Konsumen Starbucks). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 69-74.
- Roberts, J. A., & Bacon, D. R. (1997). Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior. *Journal of business research*, 40(1), 79-89.
- Sarasuni, F., & Harti, H. (2021). Pengaruh kesadaran lingkungan dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 224-231.
- Savale, T. K., Sharma, A. F., and Patil, P. U. (2012). Green Marketing: Opportunities and Challenges. *IJCA Proceedings on International Conference in Computational Intelligence (ICCA 2012 on March 2012)*. New York: Foundation of Computer Science.
- Schlegelmilch, B. B., Bohlen, G. M., & Diamantopoulos, A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European journal of marketing*, 30(5), 35-55.
- Setiadi, N. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suki, N. M. (2013). Green Awareness Effects on Consumers' purchasing Decision: Some Insights from Malaysia. *International Journal of Asia-Pacific Studies*, 9(2).

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta