

## DAFTAR REFERENSI

- Agustin, R. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non- Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 22(2), 85919.
- Dhari, P., Chandra, A., & Afifah. (2018). Pengaruh Strategi Green marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Molto Ultra Sekali Bilas di Padang. *Jurnal Polibisnis*. 10(2), 1–9.
- Elisabeth Angeline, M., Pembimbing, D., Charles Ngangi, I. R., Esry H Laoh, I. O., Mex Sondakh, I. L., & Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian, Ms. (2015). *Jurnal Hubungan Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen ( Studi Kasus Pada The Body Shop Manado )*.
- Febriani, S. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Innisfree Di Jakarta Dengan Consumer's Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 49–61. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4925>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. In Harlow (Ed.), Pearson New International Edition (7th Editio).
- Hasyim, dan Anindita, R. (2009). *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran* (1, ed.). Jakarta: UIEU-University Press.
- Istantia, S., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips LED di Perum Kepanjen Permai 1, RW 4, Desa Talangagung, Kec. Kepanjen, Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 32(1), 174–182.
- Istijanto, O. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Koesoemaningsi, R. (2013). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi, 13(2).
- Kristiana, I.G.A.A.D. (2018). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Konsumen Air Minum dalam Kemasan di Kabupaten Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 19–31.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9.

- <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Palupi, D. (2020). *Kepuasan Konsumen*. 10, 1–17.
- Pardede, dan Manurung. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Philip Kotler, G. A. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1. In *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Putripeni, M. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 10(1), 81977.
- Rahayu, L., Abdillah, Y., & Mawardi, M. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 43(1), 121–131.
- Rahman, F., Siburian, P. S., & A, G. N. (2017). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda. *Forum Ekonomi*, 19(1), 119. <https://doi.org/10.29264/jfor.v19i1.2118>
- Rusniati, & Rahmawati, R. (2019). Green Product: Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian terhadap Keputusan Pembelian. *Intekna*, 19(1), 1–68.
- Sangadji, E. M., dan Sopiha. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Savitri, M. H., Suhariyono, & Kusumawati, A. (2016). Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen ( Survei pada Konsumen Tupperware di Distributor Resmi PT Adicitra Prima Kencana Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 7–16.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran : Plus Tren Terkini, Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, E-Marketing. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Syafrina, I. (2016). Pengaruh Green Product ( Tissue Tessa ) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Wilayah Kabupaten Bandung Dan Kota Bandung Tahun 2016). *Jurusan D3 Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom*, 2(2), 430. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tiwari, S., Tripathi, D. M., Srivastava, U., & Yadav, P. K. (2011). Green Marketing - Emerging Dimensions. *Journal of Business Excellence*, 2(1), 18–23.
- Wiyono, Gendro. 2011. Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS2.0. Yogyakarta : STIM YKPN Yogyakarta.