

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, & Hidayat, M. (2018). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Baruga Asrinusa Development Makassar. *Economix*, 6(1), 70–79.
- Chandra, F., & Tunjungsari, K. (2019). *Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk The Body Shop Di Jakarta Barat*. 1(3), 456–461.
- Fuiyeng, W., & Yazdanifard, R. (2015). *Green Marketing: A Study Of Consumers' Buying Behavior In Relation To Green Products*. 15(5).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi Ke-9*. [Http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=19545](http://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=19545)
- Hartini, H. (2021). Keputusan Pembelian Produk Aqua Green Marketing Di Sumbawa Besar Dilihat Dari Green Product Dan Green Brand. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.983>
- Hasibuan, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pt Bumi Aksara.
- Hayat, K., Nadeem, A., & Jan, S. (2019). The Impact Of Green Marketing Mix On Green Buying Behavior: (A Case Of Khyber Pakhtunkhwa Evidence From The Customers) 1 2 3. *Curj*, 09(01), 27–40.
- I Putu Eka Suryawan, I Gusti Ayu Wimba, I. A. S. D. (2022). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Pada Restoran Braga Permai Cabng Bali. *Manajemen, Kewirausahaan Dan Parawisata*, Vol 2(4), 1084–1095.
- Irsalina, N., & Susilowati, H. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(1), 41–51. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i1.268>
- Karunaratna, A. K. P., Bandara, V. K., & Silva, A. S. T. (2020). Impact Of Green Marketing Mix On Customers' Green Purchasing Intention With Special Reference To Sri Lankan Supermarkets. *South Asian Journal Of Marketing*, 1(1), 127–153. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/Rg.2.2.25067.77606>
- Kharis, I. F. (2011). *Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online*. 1–60.
- Khayatin, N., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(2), 154–161.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2020). *Principles Of Marketing*.

- Lestari, A. D., Nursanta, E., Masitoh, S., & Gunadarma, U. (2023). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Tumbler Starbucks Tangerang. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Auditing*, 4(1), 275–288.
- Mahmoud, T. O. (2018). *International Journal Of Advanced And Applied Sciences Impact Of Green Marketing Mix On Purchase Intention*. 5(2), 127–135.
- Manongko, A. A. C., & Pd, S. (2018). *Green Marketing ( Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory Of Planned Behavior )*.
- Muhson, A. (2016). *Teknik Analisis Kuantitatif 1 Teknik Analisis Kuantitatif*.
- Nashrulloh, M. A. H., Budiantono, B., & Wulandari, W. (2019). Analisis Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Led Philips (Studi Pada Konsumen Di Desa Kesiman Kecamatan Trawas). *Ciastech, Ciastech*, 1–10.
- Paath, D. N., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2020). Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Manado Town Square. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(3), 274–278.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/29737>
- Pertiwi, N. H., & Paulus, A. L. (2022). Green Marketing Mix Dan Keputusan Pembelian Konsumen Amdk Ades Di Kota Madiun. *Jrma | Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(3), 210–219. <https://doi.org/10.33508/jrma.v9i3.1067>
- Prata, A. W., & Achmad Hasan Hafidzi, I. P. S. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Marketing Mix Estona*. 5(1), 217–230.
- Purnami, Muhammad Husnan Z. Dan N. Made. (2020). Green Marketing Mixberpengaruhterhadap Keputusanpembelianp R O D U K b I G T R E E F A R M Sdi Lotusfood Services. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Puteri Devi Maharani, Wahyu Eko Setianingsih, J. R. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Waroeng Mie Mak Tur Bondowoso). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 2(2), 155–165.
- Putripeni, M. P. (2014). *Keputusan Pembelian ( Studi Pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang )*. 10(1), 1–10.
- Rachmiarti Kusumah, J. (2020). Green Product Sebagai Penerapan Etika Bisnis Pada Perusahaan Produsen Cat. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 451–463.  
<https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.205>
- Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y., Mawardi, M. K., Administrasi, F. I., & B. (2017). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Di, Pembelian Konsumen ( Survei Pada Konsumen The Body Shop Indonesia Dan Di Malaysia )*. 43(1)(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>

- Ramadhana, I. A. A., Hidayat, Z., & Irwanto, J. (2020). Kombinasi Green Marketing Dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware ( Studi Kasus Pada Persit Kodim 0821 Lumajang ). *Journal Of Organization And Business Management*, 3(1), 42–47.
- Riphah. (2015). No Title. *Global Warming – Causes, Effects And Solution's Trials. Jes. Journal Of Engineering Sciences*, 40(4), 1233–1254. <https://doi.org/10.21608/jesaun.2012.114490>
- Sitanggang, C. M. (2019). *Pengaruh Green Marketing Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Ades Di Semarang)*. <http://eprints.undip.ac.id/76518/>
- Siti Mardiyah, Siska Vivi Anggraeni, L. M. (2022). *Peran Green Product Dan Green Packaging The Role Of Green Products And Green Packaging In*. 4(2), 116–127.
- Situmorang, J. R. (2014). Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 7(2), 131–142.
- Sugiyono. (2015). *Metilit Sugiyono.Pdf* (P. 336).
- Sukraeni, N. L. G., & Kusyana, D. N. B. (2022). “Meningkatkan Keputusan Pembelian Dengan Meningkatkan Green Marketing Mix.” *Widyaamrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(4), 1206–1216.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Offset, Andi.
- Widodo, S. (2020). *Pengaruh Green Product Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merk Sharp Di Electronic City Cipinang Indah Mall Jakarta Timur*. 10(1), 23–34.
- Winarno, S. H., & Givan, B. (2019). Green Product Dan Gaya Hidup Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Natural Coffee). *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 45–53. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/5508>
- Wulandari, P., & Widodo, A. (2018). *Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Produk Elektronik The Influence Of Green Marketing Mix On Purchase Decisions In Choosing Electronic Products*. 5(1), 1033–1040.