

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ghozali, H., & Purwanto, A. B. (2019). Green Product, Saluran Distribusi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(1), 49–57. <https://www.unisbank.ac.id/ojs>;
- Andi, D. (2022). Aspadin Prediksi Pertumbuhan Penjualan AMDK Dapat di Atas 5% pada 2022. *Www.Industri.Kontan.Co.Id*. <https://industri.kontan.co.id/news/aspadin-prediksi-pertumbuhan-penjualan-amdk-dapat-di-atas-5-pada-2022>
- Ardiansyah, Salim, M. A., & Khalikussabir. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan Merek Narmada (Konsumen Di Unter Iwes Kabupaten Sumbawa Besar). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 1–23.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aulia, D. D. (2022). Produsen AMDK Diminta Serius Atasi Problem Sampah Plastik. *Www.Health.Detik.Com*. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-6291765/produsen-amdk-diminta-serius-atasi-problem-sampah-plastik>
- Charter, M., & Polonsky, M. J. (1999). *Greener Marketing A Global Perspective on Greening Marketing Practice (I)*. Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781351283083>
- cnnindonesia.com. (2022). Sampah Plastik 2021 Naik ke 11,6 Juta Ton, KLHK Sindir Belanja Online. *Www.Cnnindonesia.Com*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220225173203-20-764215/sampah-plastik-2021-naik-ke-116-juta-ton-klhk-sindir-belanja-online>
- D'Souza. (2016). *Implementasi Strategi Pemasaran Hijau*. Jakarta: Gramedia.
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., & Peretiatkos, R. (2006). Green Products and Corporate Strategy: An Empirical Investigation. *Society and Business Review*, 1(2), 144–157. <https://doi.org/10.1108/17465680610669825>
- Dhini, V. A. (2021). Survei: Mayoritas Anak Muda Indonesia Peduli Isu Lingkungan Hidup. *Www.Databoks.Katadata.Co.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/29/survei-mayoritas-anak-muda-indonesia-peduli-isu-lingkungan-hidup>
- Efendi, Ari, & Yusuf. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (E. R. Fadillah (ed.); I, Issue December). Yogyakarta: DEEPUBLISH.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.); I, Issue August). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitri, A. N. (2022). Sariguna Primatirta (CLEO) Yakin Target Penjualan Naik 30% di Tahun 2022 Tercapai. *Www.Investasi.Kontan.Co.Id*. <https://investasi.kontan.co.id/news/sariguna-primatirta-cleo-yakin-target-penjualan-naik-30-di-tahun-2022-tercapai>
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24* (A. Tejokusumo (ed.); III). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Grundey, D., & Zaharia, M. . (2008). Sustainable Incentives in Marketing and Strategic Greening: The Cases of Lithuania and Romania. *Technology And Economic Development*, 14(2), 130–143. <https://doi.org/10.3846/1392-8619.2008.14.130-143>
- Harrabin, R. (2022). Darurat polusi plastik: Dampaknya setara perubahan iklim - 'Udara yang kita hirup telah mengandung mikroplastik.' *Www.Bbc.Com*. <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-60034540>
- Hartini. (2021). Keputusan Pembelian Produk Aqua Green Marketing Di Sumbawa Besar Dilihat Dari Green Product Dan Green Brand. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2). <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.983>
- Jayani, D. H. (2021a). 5 Alasan Konsumen Belanja Produk Ramah Lingkungan. *Www.Databoks.Katadata.Co.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/24/5-alasan-konsumen-belanja-produk-ramah-lingkungan>
- Jayani, D. H. (2021b). KIC: Dampak Lingkungan Mulai Jadi Faktor Konsumen Membeli Produk Baru. *Www.Databoks.Katadata.Co.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/24/kic-dampak-lingkungan-mulai-jadi-faktor-konsumen-membeli-produk-baru>
- Kasali, R. (2005). *Sembilan Fenomena Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (A. Maulana & H. Wibi (eds.); 13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lozada, H. R. (2000). *Ecological Sustainability and Marketing Strategy: Review and Implication*. New Jersey: Seton Hall University.
- Manongko, A. A. C. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)* (M. O. Mandagi (ed.); I). Minahasa Utara: Yayasan Makaria Waya.
- McDaniel, S. ., & Rylander, D. . (1993). Strategic Green Marketing. *The Journal of Consumer Marketing*, 10(3), 4–11.

- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (I)*. Surabaya: Unitomo Press.
- Mutiah, D. (2021). Mengapa Air Minum Kemasan di Indonesia Belum Sepenuhnya Gunakan Plastik Daur Ulang 100 Persen? *Www.Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4496724/mengapa-air-minum-kemasan-di-indonesia-belum-sepenuhnya-gunakan-plastik-daur-ulang-100-persen>
- Noor, R. Z. (2010). *Manajemen pemasaran.pdf*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2006). Green Marketing Myopia : Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Product. *48(5)*, 22–36. <https://doi.org/10.3200/ENVT.48.5.22-36>
- Ouwersloot, H., & Anamaria, T. (2001). *Brand Personality Creation through Advertising* (No. 039). Maastrich Academic Center for Research in Srvices Journal. <https://doi.org/10.26481/umamet.2001039>
- Peattie, K. (1995). *Green Marketing*. London: Longman Publishing.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- PT. Sariguna Primatirta Tbk. (2021). Laporan Tahunan Annual Report 2021. <https://tanobel.com/wp-content/uploads/2022/05/CLEO-ANNUAL-REPORT-2021-1.pdf>
- Putri, A. M. H. (2022). Duh! Sepanjang 2022 Sudah 3.481 Bencana Alam Terjadi. *Www.Cnbcindonesia.Com*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221228081941-4-400725/duh-sepanjang-2022-sudah-3481-bencana-alam-terjadi>
- Rath, R. C. (2013). An Impact of Green Marketing on Practices of Supply Chain Management in Asia: Emerging Economic Opportunities and Challenges. *International Journal of Supply Chain Management*, 2(1).
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. In *Leadership & Organization Development Journal* (7th ed.). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Mutia, U. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman (ed.); Issue January). Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Soehardi, S. (1999). *Pengantar Metode Penelitian Sosial Bisnis Manajemen (I)*. Yogyakarta: Lukman Offset.
- Sugi A, E., & Khuzaini. (2017). Analisis Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility, Brand Awarneness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(7), 1–15.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- topbrand-award.com. (2022). Top Brand Index. *Www.Topbrand-Award.Com*.
<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Validnews.id. (2022). Bisnis Menjanjikan Air Dalam Kemasan. *Www.Validnews.Id*.
<https://validnews.id/ekonomi/bisnis-menjanjikan-air-dalam-kemasan>
- Wolok, T. (2019). *Green Marketing: Pemasaran dan Pembelian*. Yogyakarta: Athra Samudra.
- Yulfita Aini, & Sulastri. (2022). Dampak Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 599–609.
<https://doi.org/10.30606/hirarki.v4i1.1478>
- Zulkifli, A. (2020). *Green Marketing Redefinisi Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion (Pertama)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.