

DAFTAR REFERENSI

- Abzari, F. Mehdi Safari Shad, A. A. A. Sharbiyani, dan A. P. Morad, (2013). Studying The Effect Of Green Marketing Mix On Market Share Increase, *Adv. Environ. Biol*, (10), 2981–2991.
- Adnan. (2018) *Marketing Mix Di Era Digital*. Lhokseumawe: Penerbit Seva BumiPersada.
- Agustin, R. D. (2019). *Pengaruh green marketing terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian* (Survei pada konsumen non member Honda Scoopy di kota Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. American Marketing Associate. (AMA).1975. *Pengertian greenmarketing*.<http://www.flickr.com/photos/cali2okie/2399377732/>). Diakses 23 Juni 2023.
- American Marketing Association (AMA). (1975). *Pengertian green marketing*.<http://www.flickr.com/photos/cali2okie/2399377732/>). Diakses 23 Juni 2023
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: rineka Cipta.
- Arseculeratne, D., & Yazdanifard, R. (2018). How Green Marketing Can Create a Sustainable.
- Astuti, R., Deoranto, P., Wicaksono, M. L. A., & Nazzal, A. (2021). Green marketing mix: An example of its influences on purchasing decisions. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 733(01), 012064.
- Aulia And M. Hidayat,(2018) Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Baruga Asrinusa Development Makassar, *Economix*, (1), 70–79.
- Bathmathan, V., & Rajadurai, J. (2019). Green marketing mix strategy using modified measurement scales performance on gen Y green purchasing decision in Malaysia. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*,9(1), 3612-3618.
- Cakrawati, S. (2019). Analisis Penerapan Green Marketing Mix Pada Cv. Madu

Apiari Mutiara Kecamatan Cimanggis Depok.

- Chandra, F., dan Tunjungsari, H. K. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk The Body Shop di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(3), 456-461.
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., & Peretiatkos, R. (2020). *Green Products & Corporate Strategy: An Empirical Investigation. Society And Business Review*. 1(2): 144-157.
- Dwianti, Maya Putri. (2019). Bauran Pemasaran Green Marketing Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran* Vol. 2. No. 1. Universitas Padjadjaran.
- Efendi & Ari, Jusuf (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Farahrozi, F., & Verinita. (2020). Pengaruh Awareness of Green Product, Price, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Green Product The Body Shop Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2).
- Fatimah, S., & Setiawardani, M. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Bandung). *Jurnal Polban*.
- FuiYeng, W., & Yazdanifard, R. (2017). *Green Marketing: A Study of Consumer Buying Behavior in Relation to Green Products. Global Journal of Management and Business Research*, 15(5), 1–8.
- Genoveva, G., & Levina, L. (2019). *The Green Marketing Mix: A Review of Customers' Bodyshop Purchase Intention*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 400–409. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.7386>.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Government, (2015). *Green Marketing-The Competitive Advantage of Sustainability*. www.epa.qld.gov.au/sustainableindustries.
- Grant, John. (2017). *The Green Marketing Manifesto*. John Wiley & Sons, Ltd., West Sussex, England. *Journal of Business Ethics*, Vol. 29.
- Guspul, A. (2018). Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Herbalife (Studi Kasus Pada Club Sehatway Di

- Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(1), 107–122. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i1.455>
- Hair JF, Black WC, Babin BJ, and Anderson RE (2014). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Pearson Prentice Hall, New Jersey, USA.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh produk ramah lingkungan/Green Product dan Harga terhadap keputusan pembelian produk Honda Scoopy. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37-44.
- Haryadi, Rudi. (2021). *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hossain, A., & Khan, M. Y. (2018). Green marketing mix effect on consumers buying decisions in Bangladesh. <http://www.HondaScoopycenter.com/2013/06/HondaScoopy-indonesia.html> di akses [8 Juni 2023]
- <https://www.HondaScoopy.co.id/berita-kegiatan/berita/HondaScoopy-raihpenghargaan-bergengsi-menumbuhkan-tanaman-di-luar-angkasa> di akses [12 Juni 2023]
- Irsalina, N., & Susilowati, H. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda motor Honda Scoopy. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(1), 41-51.
- Izzani, T. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Love Beauty Planet (Studi Kasus di Giant Pasar Minggu). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2).
- Johannes. Suswita R dan. Ilunitedra. (2015). Pengaruh *Green Product* Terhadap *Brand Image* Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua. *Digest Marketing* 1(1): 41-48.
- Jumlah Penduduk (Jiwa), 2020-2022
<http://lhokseumawekota.bps.go.id/indicator/12/29/1/jumlah-penduduk.html> di akses [8 Juni 2023]
- Kalsi, P. S., & Singh, I. (2019). *Impact of Green Marketing Mix on Consumers' Purchase Behaviour: A Study in the Jalandhar Region of Punjab*. *International Journal of Engineering and Management Research*, 5(1), 267–272.

- Karunarathna, A. K. P., Bandara, V. K., Silva, A. S. T., & De Mel, W. D. H. (2020). Impact of green marketing mix on customers' green purchasing intention with special reference to Sri Lankan supermarkets.
- Kaur, B., Gangwar, V. P., & Dash, G. (2022). Green marketing strategies, environmental attitude, and green buying intention: A multi-group analysis in an emerging economy context. *Sustainability*, 14(10), 6107.
- Kiftiah, T. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy Di Jalan Setia Budi (Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area).
- Kotler, P. dan Keller. K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ket). Erlangga,
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. London: British Library Cataloging-in-Publication Data.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing: An introduction* (13th ed). Pearson. Kotler, P., & Armstrong, G., Liyod, C. H., & He, H. (2020). *Principle of Marketing*. United States: Pearson Education Ltd.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016), *Prinsip Pemasaran*, Edisi kedelapan, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kusnandar, D. L., & Rinandiyana, L. R. (2017). The Influence of Green Marketing on Purchase Decision with Brand Image as Mediate Variable. *Sustainable Competitive Advantage7 (SCA-7) FEB Unsoed*.
- Laksana M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).

- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). Green Marketing dan CSR terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(1), 28-38.
- Mahmoud, T. O. (2018). Impact of Green Marketing Mix on Purchase Intention. *International Journal of Advanced and Applied Science*, 5(2), 127–135. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2018.02.020>.
- Mahmoud, T. O., Ibrahim, S. B., Ali, A. H., & Bleadly, A. (2017). *The Influence of Green Marketing Mix on Purchase Intention: The Mediation Role of Environmental Knowledge*. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 1040104.
- Mamahit, Lailia. (2015) Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Ades Pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*. 15(3): 339-345.
- Manongko, A. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. Yayasan Makaria Waya.
- Manongko, A. C., & Kambey, J. (2018). The Influence of Green Marketing on Decision Purchasing Organic Products with Interests of Buying as an Intervening Variable at Manado City, Indonesia. *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(5). <https://doi.org/10.18535/ijssrm/v6i5.em06>.
- Masterson, R., & Pickton, D. (2017). *Marketing: An Introduction Paperback*. New Delhi: SAGE Publication.
- Mawardi, A. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 63–67. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.122>
- McDaniel, Stephen dan Rylander (1993). *Strategic Green Marketing. Journal Of Consumer Marketing Vol. 10*.
- N. A. Hasan, Z., & Ali, —The Impact Of Green Marketing Strategy On The Sciences, Firm's Performance In Malaysia., *Procedia - Soc. Behav.* <https://doi.org/10.1016/J.Sbspro.2015.01.382>, Vol. 172, Pp. 463–470, 2015.
- Nashrulloh, M. A. H., Budiantono, B., & Wulandari, W. (2019, November). Analisis Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Led Philips (Studi Pada Konsumen Di Desa

- Kesiman Kecamatan Trawas). In Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH) (Vol. 2, No. 1, pp. 1-10).
- Nikmah, F., Hasan, H., & Mardika, E. M. P. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda motor Honda Scoopy. *Khazanah Ilmu Berazam*, 1(2 SEPT), 1-6.
- Nisa, S. C. (2020). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Ades (Studi Pada Mahasiswa Stie Pgri Dewantara Jombang) (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Noor, Z. Z. (2020). The Effect Of Price Discount And In-Store Display On Impulse Buying. *Sosiohumaniora*, 22(2), 133–139.
- Notoadmojo, S. (2018). *Metode Penelitian Klinis*. PT. Rineka Cipta.
- Novianto, N.A. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Pembelian Produk Lifebuoy pada Masyarakat di Kota Purworejo (Doctoral Dissertation, Manajemen-FE).
- Oktaviani, D., & Rodhiah, R. (2021). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Produk Love Beauty And Planet Di Jakarta. *Syntax Idea*, 3(7), 1586-1597.
- Osiyo, Krishna, A dan Hatane, S. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbuck Coffee Malang. Naskah publikasi. Universitas Petra
- Ottman, J.A. Stafford E.& R. Hartman. C.L. (2020) *Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable*
- Pertiwi, N. H., & Paulus, A. L. (2021). Green Marketing Mix dan Keputusan Pembelian Konsumen AMDK Ades di Kota Madiun. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi)*, 9(3), 210-219.
- Probokusumo, D. W. (2018). Pengaruh Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Persepsi Tentang Green Brand Pada Konsumen Molto Ultra Sekali Bilas (Doctoral dissertation, Manajemen-Fakultas Ekonomi).
- Putri, E. Y. A. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Universitas

- Muhammadiyah Malang Konsumen Produk The Body Shop)
(Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Rahman, F., Siburian, P. S., & A, G. N. (2017). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda motor Honda Scoopy di Samarinda. *Forum Ekonomi*, 19(1), 119.
- Ramadhana, I. A. A., Hidayat, Z., & Irwanto, J. (2020). Kombinasi Green Marketing dan Green Product terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy (Studi Kasus pada Persit Kodim 0821 Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(1), 42-47.
- Ramanakumar, D. K. P. V., C.G, M., & Suma.S.R. (2012). Consumer Attitude Towards Green Products Of Fmcg Sector: An Empirical Study. *International Journal of Research In Commerce and Management*, 3(2), 34–39.
- Romadhoni, M. Z. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakan Ternak Ayam Broiler Pada Toko Sari Ternak Tekung Lumajang.
- Schiffman, L.G and Kanuk, L.L.,(2011). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, Alih bahasa,Zoelkifli Kasip, Penyunting Bahasa, Rita Maharani, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Sekaran, D. A. (2016). *Profil Penderita Kandidiasis Vulvovaginal di Puskesmas Pancurbatu*.
- Septifani, Riska, Fuad A dan Imam S. (2019). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 13, No. 2.
- Sharma, Satish C. (2018). Green Marketing: A Gimmick or The Real Deal? *International Journal of Research in Finance and Marketing* 2 (2), pp: 406-414.
- Sharum, L.J. McCarty, J.A. 1995. Buyer Characteristic of the Green Consumer and Their.
- Silvia, M. S. (2023). SKRIPSI: Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian melalui Niat Beli sebagai Mediasi (pada Produk Mie Instan Lemonilo)(Doctoral dissertation, STIM YKPN Yogyakarta).

- Sofwan, H., & Wijayangka, C. (2021). Pengaruh Green Product Dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pijakbumi Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Solaiman, M., Osman, A., Suberi, M., & Halim, B. A. (2019). Green Marketing: A Marketing Mix Point of View. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 5(1), 87–98.
- Soleha, H. S. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Ulang pada Starbucks Lampung (Doctoral dissertation, Universitas Lampung).
- Sugiarto, A., Suharti, L., & Dwiatmadja, C. (2021). *Green Business ; Manajemen Bisnis Berkonsep Ramah Lingkungan (Edisi Pertama)*. Penerbit Gava Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-3. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryawan, I. P. E., Wimba, I. G. A., & Dewi, I. S. (2022). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman pada Restoran Braga Permai Cabang Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4), 1084-1095.
- Syafrina, Ika (2019). —*Pengaruh green product (Tissue Tessa) terhadap keputusan pembelian wilayah kabupaten Bandung dan kota Bandung*. Vol: 10 No 1 April 2019.
- T. V. Vijayalakshmi, P., & Ambuli, —Identifying The Apparent Key Attributes In Determining Extremely Satisfied Restaurant Patrons During The Current Pandemic. *Journal Of Contemporary Issues In Business And Government*, Pp. 27(4), 496-503., 2022.
- Tarigan, M. (2021). Kurangi Plastik, Berikut 5 Wadah Pengganti yang Bisa Digunakan. *Cantika*. (<https://www.cantika.com/read/1479528/kurangi-plastik-berikut-5-wadah-pengganti-yang-bisa-digunakan>. Diakses pada 19 Agustus 2021).

- Tiwari, Sandeep, Durgesh Mani Tripathi, Upasana Srivastava, and PK, Yadav. 2018. Green Marketing-Emerging Dimensions. *Journal Of Business Excellence*. 4: 9-11.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua, Cetakan Keempat*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Top brand index. 2016-2019. —Plastic Container Foodl. <http://www.topbrand-award.com>
- Top Brand Award. (2023). Top Brand Index Honda Scoopy. Top Brand Award [https://topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Honda Scoopy](https://topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Honda%20Scoopy)
- Tribun News. (22, Februari 2020). KLHK: Timbunan Sampah Setahun Mencapai 68,7 Juta Ton Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com dengan judul KLHK: Timbunan Sampah Setahun Mencapai 68,7 Juta Ton, <https://www.tribunnews.com/nasional/2020/02/22/klhk-timbunan-sampah-setahun-mencapai-687-j>.
- Honda Scoopy Raih ICSA Award 4 Desember 2012 diunduh di [http://www.Honda Scoopy.co.idPagesArticle0512120003Honda Scoopy-raihicsa-award 2012.aspx.html](http://www.HondaScoopy.co.idPagesArticle0512120003HondaScoopy-raihicsa-award2012.aspx.html) di akses [5 Januari 2014]
- Utami, D. (2020). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan X di Bogor). *Penelitian dan Aplikasi Sistem dan Teknik Industri*, 14(1), 328424.
- Utomo, A. Z., & Dwiyanto, B. M. (2022). Pengaruh Green Marketing Dalam Sosialisasi —Diet Kantong Plastik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Eco Bag (Tas Belanja Ramah Lingkungan) Alfamart Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Alfamart di Kabupaten Pati). *Diponegoro Journal of Management*, 11(5).
- Widayanti, S., Mafruha, A., & Amir, I. T. (2020, Oktober). The impact of green marketing mix on consumer purchasing decisions at O-Jamur restaurant Grand city Surabaya. In *International Conference on Agriculture* (Vol. 1, No. 01, pp. 187-197).