

DAFTAR REFERENSI

- Adnan., Maimanah., Siti M., & Heriyana (2022) Pengaruh Motivasi, Citra Sekolah Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Santri Dalam Memilih Sekolah Di Dayah Terpadu Al-Muslimun Lhoksukon. *Volume 11, Nomor 1, Maret 2022*
- Balween Kaur, V (2022). Green Marketing Strategies, Environmental Attitude, and Green Buying Intention: A Multi-Group Analysis in an Emerging Economy Context. *Sustainability 2022, 14, 6107*. <https://doi.org/10.3390/su14106107>
- Darul, I (2018). Tinjauan Penerapan Konsep *Green Marketing* dalam pelestarian lingkungan. *Volume 11, No. 1, April 2018 Hlm. 10-18*
- Databoks.katadata.co.id (2022) Survei Banyak Anak Muda Semakin Peduli Terhadap Lingkungan
- Dr. Hendra, Rinda (2023). *Green Marketing For Business* (Konsep, Strategi dan Penerapan Pemasaran Hijau Perusahaan berbagai Sektor). PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Durand-Hayes, S., & Gooding, M. (2021). *PwC's June 2021 Global Consumer Insights Pulse Survey: The global consumer: Changed for good*. June,9–10. <https://www.pwc.com/gx/en/consumer-markets/consumer-insights-survey/2021/gcisjune-2021.pdf>
- Fachmi, M (2021). Strategi *Green Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Citra Merek Pijakbumi dan Loyalitas Pelanggan Milenial
- Fanisa Tris (2023). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk AMDK Ades di DKI Jakarta). *MSEJ, 4(4) 2023: 4476-4485*
- Ferdinand, A. (2018). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali (2014). Aplikasi *Multivariate* dengan Program SPSS. Badan Penerbit UNDIP, Semarang
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 68.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Imkamp, H., (2018). *Should Prices of Consumer Goods Be Better Indicators of Product Quality?* J. Consum. Policy. 41, 77–81
- Kasih, R (2021). Pengaruh *Green Marketing* dan *Environmental Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian *The Body Shop* (Studi Pada Konsumen *The Body Shop* di Mahasiswa Undip Semarang)
- Machfud, A (2019). Pengaruh *Green Product*, *Green Price*, *Green Place*, dan Niat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Unisma Angkatan 2019). <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Maria, Y (2019). *Green Marketing The Context Of Indonesia And Philippines*
- Naibaho, E. R., Fauzi, A., and Sadalia, I., (2020). *The Effect of Marketing Mix on Satisfaction of Customer Insurance Products Unit Link (Empirical Study in PT AIA Financial Branch Phoenix Medan*. Int. j. inf. res. rev., 7, 47–55
- Nisrina, D (2022). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Niat Beli *Skincare* Merek Avoskin Di Indonesia
- Peter onyonje & edza Aria (2022) *Concept of green marketing in environment conservation: A literature review*. *Environmental and Toxicology Management* 2 (2022) 8-13
- Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Body Shop* di Indonesia dan di Malaysia). <https://media.neliti.com/media/publications/87720-ID-pengaruh-green-marketingterhadap-keputu.pdf>
- Rahman, F., P. S. Siburian, dan G. Noorlitaria. (2017). Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda. In *Forum Ekonomi*, 19:119–130
- Sdrolia, E., and Zarotiadis, G., (2019). *A Comprehensive Review For Green Product Term: From Definition To Evaluation*. J. Econ. Surv., 33, 150–178
- Sebastian Bamberg, (2018). *Environmental Attitudes and Behaviour: Measurement*, In: James D. Wright (editor-in-chief), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 7. Oxford: Elsevier. pp. 699–705.
- Sitti, A (2023). Pengaruh *Green Marketing* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *The Body Shop* di Kota Makassar

- Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). Metode Penelitian Pendidikan.
- Thoria, O (2019). *Green Marketing: A Marketing Mix*
- Topbrand-award.com. (2022). Top Brand Index Fase I Kategori Perawatan Pribadi: *Body Mist dan Butter Cream/Body Cream*. In [Www.TopbrandAward.Com](http://www.TopbrandAward.Com)
- Undang-Undang Republik Indonesia (2009) No.32. Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup
- Vilkaite-Vaitone, N., & Skackauskiene, I. (2019). *Green Marketing Orientation: Evolution, Conceptualization and Potential Benefits*. *De Gruyter: Open Economics*, 2, 53–62
- Wang, L., Xu, Y., Lee, H., and Li, A., (2022). *Preferred product attributes for sustainable outdoor apparel: A conjoint analysis approach*. *Sustain. Prod. Consum.* 29, 657–671
- Yeni, k (2023). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Pembelian Ulang Pada Produk Brand Avoskin (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Surabaya). *JEAM Vol.22 No. 1, April 2023*