

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A.J dan Tarigan, Z.J.H. 2017. Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Turst* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. AGORA. Vol.5. No.3.
- Ahmad, F., Lopian, J.,Soegoto, S. 2016. Analisis *Green Product* dan *Green Marketing Strategy* terhadap Keputusan Pembelian Produk. Jurnal EMBA.Vol.4, No.1.
- Ansah, Ardi. 2017. Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah. Vol.1,No.2.
- Azmi, M.S. 2016. Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising* dan *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED PHILIPS. Yogyakarta: S1 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNY. *Skripsi Hal 25-26*
- Black, Nick. 2009. *Brand Trust The Six Drivers of Trust*. Tersedia dalam: <https://www.slideshare.net/nickblack/brand-trust-the-six-drivers-of-trust-2193957> [Accessed 7 Desember 2018].
- Choudhary dan Gokarn. 2013. *Green Marketing: A Means for Sustainable Development. Research World, Journal of Arts, Scince & Commerece*. ISSN 2231-4172. Vol.4. Issue-3(3).
- D'Souza, et.al. 2006. *Green Product and Corporate Strategy: An Emperical Investigation, Society and Business Review*. Deakin Research Online. Vol.1. No.2 PP.144-157.
- Dahlstrom, Robert. 2011. *Green Marketing Management. South-Western: Cengage Learning*.
- Deheshti, M., Firouzah,J.A., Alimohammadi. 2016. *The Relationship between Brand Image, Brand Trust, in Sporting Good Consumers. Annals of Sport Science*. Vol. 4, No.3, PP 27-34. ISSN-O: 2322-4479, ISSN-P: 2467-4981
- Djajadiningrat, S.T., Yeni H, Mella F. 2014. *Green Economi*. Edisi Revisi. Bandung:Rekayasa Sains.
- Fauzan,M. Rizky., M.Sutomo., Rahmat M. 2015. Pengaruh Kepercayaan Merek, Periklanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman MIZON di Kota Palu. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako. Vol.1, No.1.
- Firmansyah, M.A. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning and Strategy)*. CV Penerbit Qiara Media. Tersedia dalam: <https://play.google.com/books/reader?id=Fz6nDwAAQBAJ&pg=GBS.PA1> [Accessed 7 November 2019]
- Gecti,Fatih., Zengin, Hayrettin. 2013. *The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Lotalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sport Shoe Consumers in Turkey*. Canadian Center of Science and Education: IJMS (*International Journal of Marketing Studies*). Vol.5, No.2. ISSN: 1918-719X ESSN: 1918-1703.
- Ghozali, Imam. 2018.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Kesembilan. Semarang: UNDIP.

- Harsanto, Budi. 2017. *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*. UNPAD Press.
- Hossain, A., Khan, Md.Y.H. 2018. *Green Marketing Mix Effect on Consumers Buying Decisions in Bangladesh. Marketing and Management of Innovations. Issue 4*. Page 298-306. ISSN-O: 2227-6718, ISSN-P: 2218-4511.
- Khadijah, Susan N., Khuzaimah, Alimatul. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin pada Business Centre UMI Sutindarwati. *Gema Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi*. Vol.6. No.2.
- Kirana,G.C., Permatasari, Ita R. 2019. Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu NIKE (Studi Pada Mahasiswa D3 Administrasi Niaga 2016). *JAB (Jurnal Aplikasi Bisnis)*.Vol.5. No.1.
- Kompas. Tersedia dalam: <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/08/19/21151811/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-terbesar-kedua-di-dunia> [Accessed 1 November 2018].
- Kompasiana. Tersedia dalam: <https://www.kompasiana.com/listiadanik/572624c02a7a615e092fff5f/menghadapi-global-warming-sebagai-permasalahan-sosial-sebuah-analisis-konservatif-gerakan-counterklaim?page=all> [Accessed 1 November 2018].
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kumar, V. 2008. *Managing Customers for Profit : Strategies to Increase Profits and Build Loyalty*. Pearson Prentice Hall.
- Light, L., dan Kiddon, J. 2015. *New Brand Leadership: Managing at The Intersection of Globalization, Localization and Personalization*. FT Press.
- Nikmah, Farika., Halid H., Ega M.P.M. 2018. Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Khazanah Ilmu Berazam*. Vol.1, No.2.
- Nurkhomid, Siti. 2018. Pengaruh *Green Marketing* dan *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Sehat Lumajang. *Progress Conference*. Vol.1, No.1.
- Ottman, J., R.Stafford, E. 2006. *Avoiding Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Enviromentally Preferable Products*. Research Gate.
- Pamungkas, Gurit Indah. 2015. Pengaruh *Green Product* dan *Green Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED PHILIPS di Jember. Jawa Timur: Universitas Jember Fakultas Ekonomi. *Skripsi Hal 10-11*. Tersedia dalam: <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/66166/Gurit%20Indah%20Pamungkas%20-%20110810201043.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Accessed 7 Desember 2018].

- Paysal, S.A.R.A. 2016. Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Nike di Bandung Tahun 2016. E-Proceeding of Applied Science: Vol.2. No.3.
- Peter, J.Paul., Jerry C.Oslon. 2013. *Conumer Behaviour (Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Jilid 1. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puspita, R.C dan Suryoko, S. 2017. Pengaruh Iklan, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik REVLON. Diponegoro *Journal of Social and Political*. Hal 1-8.
- Rahman, Fatur., Siburian., Noorlitaria. 2017. Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda. Forum Ekonomi. Vol.19, No.1.
- Rahman, Haliza A. 2018. *Green Consumerism*. Research Gate.
- Raming, Precylia R., Tumbel., Tawas. 2015. Pengaruh Strategi *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel *Intervening* Pada Produk Air Minum dalam Kemasan, AQUA di Manado.
- Shabani, N., et.al. 2013. *The Study of Green Consumers' Characteristics anda Available Green Sectors in The Market*. IRJABS (*International Research Journal of Applied and Basic Sciences*).
- Shiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2018. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta Barat: Indeks.
- Singdong, P., and Setyawan, H. 2017. *Analysis of Effect of Product Quality, Product Design and Distibution Channel toward Purchase Decision of Soy Milk with ABC Company*. *International Journal of Applied Computer Technology and Information Systems: Volume 6, No. 2*.
- Stanton, W.J. 1984. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Topbrand. Tersedia dalam: <http://www.topbrand-award.com> [Accessed 7 Desember 2018].
- Tupperware. Tersedia dalam: <http://www.tupperware.co.id/> [Accessed 1 November 2018].
- Tupperware. Tersedia dalam: <http://www.tupperware.com/> [Accessed 15 Juni 2020].
- UNPAS. Tersedia dalam: <repository.unpas.ac.id/26630/5/BAB%20II.docx> [Accessed 7 Desember 2018].
- Widelia, Khaya., Yusiana., Widodo. 2015. Pengaruh *Green Marketing* dan *Corporate Social Responsibilitu* terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasis Masyarakat Kota Bandung).
- Wulandari, N.M.R dan Nurcahya, I.K. 2015. Pengaruh Celebriti Endroser, *Brand Image, Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian CLEAR Shampoo di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen UNUD*. Vol.4. No.11.