

agar mempunyai ciri khas sebagai penanda dari produk itu sendiri supaya lebih mudah dikenali dan diingat oleh calon konsumen.



#### DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji, 2012, *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Aryade, Pebriana dan Ni Made Rastini. 2016. *Kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek terhadap niat beli ulang di PT. Agung Toyota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 5 No. 9 Hal 5695-5721 ISSN: 2302-8912
- Arif, M., & Kanwal, S. 2016. Adoption of social media technologies and their impact on students' academic performance: The only way for future survival of distance education students in Pakistan. *Pakistan Journal of Information Management & Libraries (PJIM&L)*, 18(1), 25-36.
- Balawera, Asrianto, 2013, *Green marketing dan corporate social responsibility pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen melalui minat membeli produk organikanik di Fresshmart Kota Manado*, Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 Hal 2117-2129
- Boztepe, Aysel. 2011. Green marketing and its impact on consumer buying behavior. *European Journal of Economic and political studies EJEPS* Vol. 5 No. 1
- Desanto, dkk. 2018. *Analisis pengaruh green marketing dan corporate social responsibility terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening pada konsumen produk Air Minum dalam Kemasan*. Jurnal EMBA. Vol. 6 No. 4 Hal 1898-1907 ISSN : 2303-1174
- Duriyanto, Darmani, Sugiarto, dan Sijintak, Tony .2009 . *Strategi Menaklukan Pasar, Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Fahmi, Muhammad, dkk. 2020. *Peran brand image dalam memediasi pengaruh social media marketing terhadap repeat purchase pada Fast-Food*

- Restauran di Kota Medan*. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis Volume 11 No 1 ISSN 2089-1989
- Fauzia, Diah Retno Sufi, dkk. 2019. *Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian*. Jurnal administrasi bisnis (JAB) Volume 66 No. 1 Hal 37-46
- Ferdinand, Augusty. 2009, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang, BP.UNDIP
- Ferdinan, Comaeni Enril dan Rini Nugraheni. 2013. *Analisis pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas produk dn promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki*. Diponegoro Journal of management. Volume 2 Nomor 2
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate bagi Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP
- Grant, John. 2007. *The Green Marketing Manifesto*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Gramedia, Jakarta
- Hidayah, Siti Ainul dan Apiliani. 2019. *Analisis pengaruh brand image, harga, kualitas produk dan daya tarik promosi terhadap minat beli ulang konsumen Batik Pekalongan*. Journal of Economic Business and Engineering Vol. 1 No. 1
- Husnain, A., Din, S. M. U., Hussain, G., & Ghayor, Y. 2017. Estimating Market Trends By Clustering Social Media Reviews. *13th International Conference on Emerging Technologies (ICET)*, 1-6.
- Iman, D.K, Zainul A., M. Kholid Mawardi. 2015. *Pengaruh pemasaran melalui media sosial terhadap Kesadaran konsumen pada produk internasional*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 24 No. 1 Hal. 1-9
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2012, *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)*, Yogyakarta, Edisi Pertama, BPFE – UGM
- Kamilah, Ghina dan Aniek Wahyuati. 2017. *Pengaruh labelisasi halal dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli*. Jurnal Ilmu dan Riset manajemen Vol 6 No. 2
- Keller, L. 2009. *How To Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Kim, A.J., & Ko, E. 2012. Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486, doi: 10.1016/j.jbusres.2011.10.014
- Kozinets, R., Hemetsberger, A., & Schau, H. 2008. The wisdom of consumer crowds: Collective innovation in the age of networked marketing. *Journal of Macromarketing*, 28(4), 339-354, doi: 10.1177/0276146708325382.
- Krishna M. Abraham, M. Osiyo dan Hatane Samuel. 2019. *Pengaruh green marketing terhadap green brand image dan purchase intention pelanggan pada Starbuck Coffee Malang*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 8 No. 2
- Kotler Philip dan Armstrong, 2012, *Analisis Strategi Pemasaran*, Gajahmada University Press, Jogjakarta
- Kotler, Philip, 2012, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta, Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit : Erlangga.

- Kurniasari, Meatry dan Agung Budiarmo. 2018. *Pengaruh social media marketing, brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening*. Jurnal Administrasi Bisnis Volume 7 No. 1 Hal: 25-31 ISSN : 2252-3297
- Kustiandi, Dwi Desy Ninik. 2019. *Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian ulang Kartu Seluler Telkomsel*. Psikoborneo Vol. 7 No. 1 Hal: 58-75 ISSN 2477-2674
- Li, C. & Bernoff, J. 2011. *Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies*. Boston, MA: Harvard Business Review Press
- Lipsman, A., Mudd, G., Rich, M. & Bruich, S. 2012. The Power of “Like”: How Brands Reach (and Influence) Fans through Social-Media Marketing. *Business Horizons Journal*. 52(4): 357–365
- Manongko, Allen A. CH, 2011, *Green marketing dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian melalui minat membeli produk organik*, Jurnal Manajemen Bisnis. Malang
- Murwatingsih dan Erin Puri Apriliani. 2013. *Pengaruh risiko dan harga terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen*. Jurnal Dinamika Manajemen Vol 4 No. 2 Hal 184-191. ISSN 2086-0668
- Nawaz, A., Abbas, G., Javed, M.F., Mughal, N., & Nabeel, M. 2015. Impact of social media and voice of customer (voc) in decision making process an empirical study of higher education institutions of Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 23(6), 1069- 1075.
- Nugraha, Rinaldi, Indrawati, Tjahjono Djatmiko. 2017. *Pengaruh faktor-faktor pemasaran hijau terhadap minat beli*. e-Proceeding of management Vol 4 No. 3 Hal 2406- 2409. ISSN : 2355-9357
- Osio, Abraham Krishna dan Hatane Semuel. 2017. *Pengaruh green marketing terhadap green brand image dan purchase intention pelanggan pada Starbucks Coffee Malang*. Jurnal Siasat Marketing. Vol 3 No. 4
- Panungkelan, Lingkan. 2018. *Analisis pengaruh strategi green marketing dan corporate social responsibility terhadap keputusan menginap di Hotel Swiss Bell Maleosan Manado*. Jurnal EMBA Vol 6 No. 3 Hal 1178-1187 ISSN 2303-1174
- Phillips, J., & Noble, S.M. 2007. Simply captivating: Understanding consumers’ attitudes toward the cinema as an advertising medium. *Journal of Advertising*, 36(1), 81-94.
- Peter, Paul J dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Salemba Empat Jakarta
- Priyono, Andi. 2017. *Pengaruh green marketing dan identitas merek pada citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Ultra Milk di area pemasaran Jakarta*. Industrial Engineering Journal Vol. 6 No. 1 Hal 4-9 ISSN : 2302-934X
- Putripeni, Mayang P., Suharyono, dan Andriani Kusumawati. 2014. *Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10 (1), h: 1-10.

- Rambling, dkk. 2015. *The Influence of Green Marketing Strategy Towards Purchasing Decisions with Brand Image as An Intervening Variable on Aqua Bottled Drinking Water in Manado*. Jurnal EMBA, 3(2)
- Rumbel, P.R., Tumbel, A.L., & Tawas, H.N.2015. *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening*. **Jurnal EMBA** , 3(2), 235-245
- Randi. 2016. *Pengaruh citra merek terhadap minat beli dan keputusan pembelian paa makanan fast food Ayam Goreng*. JOM FISIP. Vol. 3 No. 2
- Rudyanto. 2018. *Pengaruh pemasaran jejaring media sosial dan keterikatan konsumen terhadap niat beli konsumn*. Jurnal manajemen dan pemasaran jasa Vol. 11 No. 2 Hal: 177-200 ISSN 2442-9732
- Salfina, Lili dan Heza Gusri. 2018. *Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keptuasan pembelian pakaian anak-anak*. Jurnal Indonesian Indovisi. Volume 1 No. 1
- Santoso, Voni Prila dan I G.A Ketut Sri Ardani. 2017. *Pengaruh green marketing dan corporate social responsibility terhadap brand image pada produk Tupperware*. Jurnal Manajemen Unud Vol 6 No. 3 Hal 1592-1616 ISSN 2302-8912
- Satria, Rezky Dwi. 2019. *Pengaruh green marketing dan customer experience terhadap brand image serta dampaknya pada loyalitas konsumen*. Jurnal Bisnis Manajemen, Vol. 6 No. 2
- Schaefer, A. 2005. *Some Consideration Regarding The Ecological Sustainability Of Marketing System* Open University Business School.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Setyaningrum, Ayu dan Putu Nina Madiawati.2017. *Green marketing terhadap brand image produk lampu LED Philips di Kota Bandung*. Jurnal ekonomi dan bisnis. Vol 1 No. 2 Hal 164-182
- Sitinjak, Tony, 2005, *Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek*, Jurnal Ekonomi Perusahaan Volume 12 No. 2, Jakarta
- Subhan, M., 2006, *Analisis factor-faktor yang berpengaruh terhadap reputasi suatu perusahaan*, Jurnal Manajemen Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang
- Sugi, E., dan Khuzaini. 2017. *Analisis Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6, No. 7, Juli 2017. ISSN: 2461-0593. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. <http://repository.stiesia.ac.id/1948/>. Diakses tanggal 10 Februari 2018
- Sugiyono, 2012, *Metodologi Penelitian*, Alfa Beta, Jakarta
- Sulistiyari, Ikanita Novirina. 2012. *Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli produk Oriflame*. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 2 No. 1



- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat
- Swastha, Basu dan Handoko, Hani, 2012, *Manajemen Pemasaran Analisa Modern Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta
- Tampi, Daniel, dkk. 2016. *Pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy*. Jurnal EMBA Vol. 4 No. 1 Hal. 990-999 ISSN 2303-1174
- Tumbel, Raming, P.R dan Tawas, H.N. 2015. *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan, Aqua Di Manado*. Jurnal EMBA Vol.3 No.2 Juni 2015 hal.235-245. ISSN: 2303-1174.
- Umar, Husein, 2012, *Metodologi Penelitian : Aplikasi dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Wisana, Kelly, dkk. 2019. *Pengaruh green marketing terhadap sikap konsumen dan minat beli ulang di Green Hotel di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Riset. Vol. 8 No. 3 Hal 197-205
- Yaacob, Stanly Zakaria, Ahmad. 2011. *The Influence of Green Product Competitiveness on the Success of Green Product Innovation*. Faculty of Bussiness and Law, University of Newcastle, Callagham, Australia

