

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya (2020). Jakarta: Departemen Agama R.
- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA* , 7, 131 - 140.
- Almuarief. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image yang Dimediasi Oleh Brand Image (Studi Pada Air Minum Kemasan Ades).
- Anand, A. (2020). *Conservation, Sustainability and Environmental Justice in India*. (A. Gupta, Penyunt.) United Kingdom: Lexington Books.
- Armanto, C. M., Azhad, M. N., & Rozi, A. F. (2019). Implementasi Green Marketing Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image Pada AMDK Al-Qodiri Jember.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dahlstrom, R. (2011). *Green Marketing Management*. Singapore: South-Western Cengage Learning.
- Dianita, D. I., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Brand Ekstensi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone Di Kota Malang (Studi Pada Pengunjung Outlet Oppo Smartphone di Mall Plaza Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 64, 1.
- Diglel, A., & Yazdanifard, R. (2014). Green Marketing: It's Influence on Buying Behavior and Attitudes of the Purchasers towards Eco-Friendly Products. *Global Journal of Management and Business Research: E-Marketing* , 14 (7).
- Durianto, D. (2010). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Govender, J. P., & Govender, T. L. (2016). The influence of green marketing on consumer purchase behavior. *Environmental Economics* , 7 (2), 77-85.
- Haryadi, H. (2009). *Administrasi Perkantoran untuk Manajemen & Staf*. Jakarta: Transmedia Pustaka.

- Haryoko, U. B., & Ali, H. A. (2018). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Merek ADES (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen SI Reguler C Fakultas Ekonomi U niversitas Pamulang). *PROSIDING* , 179-201.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2015). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy* (13 ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Hisam, M. C., Rachma, N., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Studi Kaus Pada Air Minum Dalam Kemasan Ades di Toko Panjerejo Tulungagung). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma* .
- Hult, G. T., Pride, M. W., & Ferrel, O. C. (2012). *Marketing* (16 ed.). Mason, Ohio: South-Western, Cengage Learning.
- Istantia, S., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Grreen Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Survei ada Penguna Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips LED di Perum Kepanjen Permai1, RW4, Desa Talangagung, Kec. Kepanjen, Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 32.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An empirical studi in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning* , 30 (4).
- K, R., AA, A.-M., & K, K. (2012). Multidimensional issue of brand image. *International Review of Business and Social Sciences* , 1 (9), 55-67.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed., Vol. I). Jakarta: Erlangga.
- _____ (2009). *Marketing Management* (13 ed.). Boston: Pearson.
- _____ (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Person Education, Inc.
- Kurniadin, A., Hufron, M., & Basalamah, M. R. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kaus Pada Masyarakat Kota Bima). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma* , 139-154.
- Manalu, V. G., & Akbar, I. (2020). Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Minat Pembelian dan Kaitannya Dengan Iniasi One Village One Product Di Kabupaten Kuningan. *Derivatif: Jurnal Manajemen* , 14 (2), 178-189.

- Mokhtar, S. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Makassar. *AkMen* , 17 (1), 35-43.
- Mothersbaugh, D., & Hawkins, D. (2016). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. New York: McGraw - Hill.
- Mubarok, A. A. (2019). Musyawarah dalam Perspektif Al-Quran (Analisis Tafsir Al-Maragi, Al-Baghawi, dan Ibnu Katsir). *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* , 147 - 160.
- Negara, A. N., Arifin, Z., & Nuralam, I. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 61 (2), 202-209.
- Nikbin, D., Ismail, I., Marimuthu, M., & Abu-Jarad, I. Y. (2011). The impact of firm reputation on customers' responses to service failure: The role of failure attributions. *Business Strategy Series* , 12 (1), 19-29.
- Nurhayati, N., Gozali, I., & Dwi Putranti, H. R. (2016). Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *jurnal.untagsmg.ac.id* , 31.
- Pamungkas, M. I. (2014). Akhlak Muslim: Membangun Karakter Generasi Muda. *Jurnal Pendidikan Universitas Garut* , 8, 38 - 53.
- Pancoro, I. A., & Zuliestiana, D. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Pada Gerai Starbucks Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management* , 5, 1886.
- Pramonono, & dkk. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Rachmawati, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK Ades (Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* , 4 (1).
- Rivai, V. (2012). *ISLAMIC BUSINESS AND ECONOMIC ETHIC : Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sahir, H. S., Hasibuan, A., Aisyah, S., Sudirman, A., Kusuma, A. H., Salmiah, et al. (2020). *Gagasan Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Salim, A., Rachma, N., & ABS, M. K. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Melalui Brand Equity Sebagai Variabel Intervening (Studi

Pada Konsumen Smartphone Oppo Tiga Putra Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen* .

- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen : pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sarah, Y., & Sutar. (2020). Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen* , 10 (1).
- Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Suwarman, U., Prihartono, A. G., Sumarlin, A. W., Mamahit, D. A., Purnomohadi, E., Hasan, J., et al. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri 2*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Suyono, A., Sri, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Tiwari, S., Tripathi, D. M., Srivastava, U., & P.K, Y. (2011). Green Marketing - Emerging Dimensions. *Journal Of Business Excellence* , 2 (1), 18 - 23.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran : Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- W. F., & Yazdanifard, R. (2015). Green Marketing: A study of consumers buying behavior in relation to green product. *Global Journal of Management and Business Research* , 15 (5), 17 - 23.
- Windiana, L., Bakhtiar, A., Kurniasih, V. R., & Basamah, S. (2020). The Effect of Green Marketing toward the Consumers Buying Interest of Starbucks Coffe Mediated By Brand Image. *HABITAT* , 31 (1), 36-41.
- Wulandari, P., & Widodo, A. (2018). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Produk Elektronik. *E-Proceeding of Management* , 5 (1), 1033-1040.

Yan, Y. K., & Yazdanifard, R. (2014). The Concept Of Green Marketing And Green Product Development On Consumer Buying Approach. *Global Journal Of Commerce & Management Perspective* , 3, 33 - 38.

Yunan, A. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mmempengaruhi Minat Beli Konsumen Rokok Dalam Perspektif Islam. *Skripsi* .

Website

www.sehataqua.co.id

www.topbrand-award.com

bijakberplastik.aqua.co.id