

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an & Terjemahnya*. (2017). Departemen Agama RI. Jakarta, PT Sygma Examedia Arkanleema.
- Akil, M. Z. (2015). "Branding dalam sejarah ekonomi Islam", *Ijtihad Jurnal Hukum dan Ekonomi*, Vol. 9 No. 1.
- Almaulidta A., Suharyono, & Edy. (2015). "Pengaruh *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Elektronik Sony", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 3 No. 1.
- Asnawi, N., & Fanani. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer*. Depok, PT Rajagrafindo Persada.
- Atika, J. (2016). "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran", *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol. 4 No. 1.
- Bestari, K. L., Tanti & Suhermin. (2016). Pengaruh *Green Brand Image, Green Advertising* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 5 No. 5.
- Djakfar, M. (2007). *Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam*, Malang, UIN-Malang Press.
- Elham, R., & Wahid, N. A. (2011). "Investigation Of Green Marketing Tools' Effect On Consumers' Purchase Behavior". *Business Strategy Series*, Vol.12 No.2.
- Ghozali, I. H. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang, Universitas Diponegoro.
- _____. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 21. Semarang, Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang, Universitas Diponegoro
- Hanifah H. N., Nurul H. & Rita M. (2019). "Pengaruh *Green Product* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware", *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, Vol. 2 No. 1.
- Harjanto, D. (2016). "Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada CV. Interhouse Design", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1 No. 3.

- Hartmann, P. (2005). "Green branding effects on attitude: functional versus emotional positioning strategies", *Market Intell Plann*, Vol. 23 No. 1.
- Huda, *et al.* (2017). *Pemasaran Syariah*, Depok, Kencana.
- James F. Engel, *et al.* (1994). *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Binarupa Aksara.
- Karna, J. & Heikki J. (2001). "Green advertising, Greenwash or a True Reflection of marketing Strategies." *GMI* 33, 61.
- Keller, L.L. (1993). "Conceptualising, Measuring and managing customer based brand equity", *Journal of Marketing*.
- Khoiruman M. & Stanislaus D. (2020). "Pengaruh *Green Product*, *Green Price* dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Essential Oil Rumah Atsiri Indonesia", *Journal of Business And Management*, Vol. 7 No. 1.
- Kotler, P., & Gery A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin L.K. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- Lamb C., Hair & Carl M. (2001). *Pemasaran*, Jakarta, Salemba Empat.
- Malhotra, & K, N. (2010). *Riset Pemasaran*. Jakarta, PT Indeks.
- Mourad, M., *et al.* (2012). "Perception of green brand in an emerging innovation market". *European Journal of Innovation Management*. Vol. 15 No. 4.
- Omidntegkhosnoodroohi. (2012). "green Advertising a New Approach to Generate Wealth", *Journal of Research in Business*, Vol. 2 No. 7.
- Ozkoeak, L. L. (2011). "A Content Analysis: Environment Themes and Tools in Newspaper Advertisements". *Online Journal of Communication and Media Technologies*, Vol. 1 No. 3.
- Pangestika, Y. B., Karnowahadi & Isnaini N. (2019). "The Influence of Price and Service Quality on Purchase Decision of Honda Car at PT Istana Cendrawash Motor Semarang", *Jurnal Admisi & Bisnis*, Vol. 20 No. 1.
- Pawitaningtyas, Srikandi & Sunarti. (2015). "Pengaruh Green Advertising Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Suevei Pada Pengunjung Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang Konsumen Air Mineral Kemasan Botol Aqua)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 25 No. 1.

- Praharjo, A., Suharyono, & Wilopo. (2013). "Pengaruh *Green Advertising* terhadap Persepsi Tentang *Green Brand* dan Keputusan Pembelian", *Jurnal Universitas Brawijaya*, Vol. 4 No. 2.
- Qusthoniah. (2014). "*Tas'ir al-Jabari*: Penetapan Harga oleh Negara Dalam Koridor Fiqh Dengan Mempertimbangkan Realitas Ekonomi", *Jurnal Syari'ah*, Vol. 11 No. 11.
- Rahadian R. F., Ratih T., & Septiana A.E.M. (2017). "Pengaruh *Green Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian", *Prosiding Manajemen*, Vol. 3 No. 2.
- Ridwan M., Achmad F. & Aniesa S.B. (2018). "Pengaruh *Green Product, Green Advertising* dan *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Merek ADES", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 55 No. 1.
- Setiyaningrum, A., Jusuf, & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta, Andi.
- Setyawan A., Kussudiyarsana, & Imronudin. (2015). "*Brand Trust And Brand Loyalty, An Empirical Study In Indonesia Consumers. British Journal of Marketing Studies*, Nol.4, No.3.
- Shalmont, J. (2020). "*Sustainable Beauty*: Kesiapan Konsumen di Indonesia dalam Mengintegrasikan Konsep Keberlanjutan dalam Pengelolaan Sampah Kemasan Plastik Produk Industri Kecantikan", *Law Review*, Vol. XX No. 2.
- Singarimbun, Masri, & Sofian E. (2006). *Metode Penelitian Survei*: Edisi Revisi, Jakarta, Pustaka LP3ES.
- Sule, E. T. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung, PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung, Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra G. (2017). *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono F., & Dian A. (2016). *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*, Yogyakarta, Andi.
- Pratiwi, H. I., Ade O., & Asep M. (2019). "Analisis *Green Brand Positioning* Produk Kosmetik Hijau Terhadap Keputusan Pembelian dan Perilaku

Pascapembelian Produk The Body Shop Di Kota Jambi”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, Vol. 1 No. 1.

Winarno, S. H. (2019). “Pengaruh Penerapan *Green Advertising* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian produk kopi organik di wilayah jabodetabek”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16 No. 1.

Website

<https://www.garnier.co.id/green-beauty> diakses 17 Juni 2021.

[Mengubah Sisi Gelap Industri Kecantikan Lewat Kecantikan Berkelanjutan - Halaman 3 - National Geographic \(grid.id\)](#) diakses 17 Agustus 2021.

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2017 diakses 17 Agustus 2021.

<https://www.statista.com/topics/3137/cosmetics-industry/> diakses 17 Agustus 2021.

<https://globalplasticaction.org/countries/indonesia/> diakses 19 Agustus 2021.

<http://ppid.menlhk.go.id/berita/berita-foto/2173/klhk-indonesia-memasuki-era-baru-pengelolaan-sampah> diakses 19 Agustus 2021.