

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, H. I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis 8th Edition*. Hampshire: Cengage Learning.
- Hendra et al. (2023). *Green Marketing For Business: Konsep, Strategi & Penerapan Pemasaran Hijau Perusahaan berbagai Sektor*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kartajaya, H. (2022). *Marketing 2030: Menuju SDGs, Gen Z, dan Metaverse*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategi Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity 5th Edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing 19th Edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A. (2022). *Marketing Management 16th Edition*. Harlow: Pearson Education.
- Malyan, R. S., Duhan, P. (2019). *Green Consumerism: Perspective, Sustainability, and Behavior*. Toronto; New Jersey: Apple Academic Press.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior: Building Market Strategy 14th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Mustafa, Z. (2013). *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sahir, S.H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Schindler, P. S. (2022). *Business Research Methods 14th edition*. New York: McGraw-Hills Education.
- Seemiller, C., Grace, M. (2019). *Generation Z: A Century in the Making*. New York: Routledge.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.



JURNAL:

- Budianto, S. (2022). Skripsi: *Pengaruh Green Marketing terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Aqualife*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Devi, A. W., Firmansyah, F. (2024). Strategi Green Marketing, Harga, dan Brand Equity: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Homecare. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 10, No. 1, pp. 86-99.
- Ginting, RA., et al. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol. 1, No. 4.
- Liana, W., Oktafani, F. (2020). The Effect of Green Marketing and Brand Image Toward Purchase Decision on The Face Shop Bandung. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, Vol. 4, No. 4, pp. 1215-1226.
- Maulidia, A. N., Putri, K. A. S. (2023). Green Marketing, Brand Image dan Pengaruhnya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 7, No. 3, pp. 383-398.
- Mubarokhah, L., Purnomo, D., Utomo, A. W. (2024). Sustainable Beauty: Pengaruh Green Product, Green Marketing, dan Brand terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, Vol. 4, No. 3, pp. 2062-2075.
- Nekmahmud, M., Farkas, M. F. (2020). Why Not Green Marketing? Determinates of Consumers' Intention to Green Purchase Decision in a New Developing Nation. *Sustainability*, 12, 7880.
- Prameswari, A. S., Hariasih, M. (2023). Skripsi: *Green Marketing and Brand Image Affect the Purchase of Generation Z on Green Products*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Putra, D. R., Prasetyawati, Y. R. (2021). Pengaruh Green Product terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Green Advertising (Studi terhadap Konsumen Starbucks). *Journal Manajemen Pemasaran*, Vol. 15, No. 2, pp. 69-74.
- Satrio D., Yunitarini, S., Rizqiani, N. (2021). Application of Green Marketing Mix of Beauty Products on Sales Through Purchase Decisions as Intervening Variable. *Asian Management and Business Review*, Vol. 1, No. 2, pp. 81-94.
- Sollu, Y., Hendratmoko. (2024). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Sensatia Botanicals di Jakarta. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol. 7, No. 4, pp. 10616-10627.
- Ulfiah, U., Zainal, V. R., Hakim, A. (2023). The Effect of Green Marketing on Brand Image and Impact on Purchasing Decision (Case Study on Student of The Faculty of Administrative Sciences, Universitas Brawijaya WHO Purchase Tupperware Products). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, Vol. 4, No. 5, pp. 933-944.
- Yulianti, NMDR. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 1, pp. 69-79.

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak milik Kwik Kian Gie (Institusi Bisnis dan Inovasi Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



WEBSITE:

American Marketing Association. *What is Marketing? The Definition of Marketing.* <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>, diakses pada 4 Oktober 2024.

Badan Pusat Statistik. *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Indonesia, 2020.* <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>, diakses pada 5 Oktober 2024.

McCrindle Research. (2023). *The Generations Defined.* <https://mccrindle.com.au/article/topic/demographics/the-generations-defined/>, diakses pada 9 November 2024.

McKinsey & Company. (2024). *What is Gen Z?.* <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z>, diakses pada 10 November 2024.

Pew Research Center. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins.* <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>, diakses pada 9 November 2024.

Top Brand Award. *Top Brand Index. Kategori: Produk Rumah Tangga.* <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?category=produk-rumah-tangga>, diakses pada 8 Oktober 2024.

Unilever. *Tentang Unilever Indonesia.* <https://www.unilever.co.id/our-company/tentang-unilever-indonesia/>, diakses pada 2 Desember 2024.

Unilever. (2020). *Unilever Tinggalkan Bahan Bakar Fosil Sebagai Bagian dari 'Clean Future'.* <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2020/unilever-tinggalkan-bahan-bakar-fosil-sebagai-bagian-dari-clean-future/>, diakses pada 12 November 2024.

Unilever. (2022). *Unilever dan Lazada Perkenalkan "Easy Green" di Hari Bumi 2022.* <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2022/unilever-dan-lazada-perkenalkan-easy-green-di-hari-bumi-2022/>, diakses pada 4 Oktober 2024.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.