

DAFTAR PUSTAKA

- Ahuja, K. (2016). A study of green advertising and its impact on consumer purchase intention. *International Journal of Applied Research*, 1(7), 39-43.
- Alamendah. 2016. Kerusakan Lingkungan Hidup di Indonesia dan Penyebabnya. Diaksesmelalui:<https://alamendah.org/2014/08/01/kerusakan-lingkungan-hidup-di-indonesia-danpenyebabnya/>
- American Marketing Association (AMA) dalam Peter dan Olson yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2016.
- Ariescy, R. R., Amriel, E. E. Y., & Anindita, R. (2019). PENGARUH IKLAN HIJAU DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK ADES DI KABUPATEN JEMBER. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 4(2), 142-149.
- Banerjee, S., Gulas, C. S., & Iyer, E. (2016). Shades of green: A multidimensional analysis of environmental advertising. *Journal of Advertising*, Volume : 2 No.24.
- Chen, T. B., & Chai, L. T. (2016). Attitude towards the environment and green products: Consumers' perspective. *Management science and engineering*, 4(2), 2739
- Dwi Lestari, Reni (2016). Pengaruh Green Product, Green Brand, Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Membeli Air Minum Kemasan Botol Merek AQUA Di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.
- Esmailpour, M., & Bahmiary, E. (2017). Investigating the impact of environmental attitude on the decision to purchase a green product with the mediating role of environmental concern and care for green products. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 12(2), 297-315.
- Fahlis A., Lapian, J., & Soegoto, A. S. (2016). Analisis Green Product dan Green Marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Fuiyeng & Yazdanifard.2016 dalam American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009.

Ghozali, Imam. 2016. Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Akuntansi,Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya.Semarang: Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2017. Model Persamaan Struktural dan Aplikasi dengan Program Amos 24 edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hariani, Dyah, and Pungky Slamet WK. *EurAsian Journal of Bio Sciences* 13.2 (2017)

Hernizar, A. T., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN BRAND AWARENESS TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 263-274.

https://www.akashainternational.com/id_ID/our-profile/#overview-of-the-company. diakses pada tanggal 10 Oktober 2020

Http://teknologi.ilmiah.com.2016 diakses pada tanggal 22 Desember 2019

Karna. (2017). Environmental Activity and Forest Certification in Marketing of Forest Products: A Case Study in Europe.

Khaerunnisa, B. (2019). PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI AMDK MERAK AQUA DI KALANGAN MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MATARAM. AQUA, 75, 9.

Kong, W., Jarun, A., Sulong, R.S. & Lily J. (2016). The influence of consumers' perception of green products on green purchase intention. *International Journal of Asian Social Science*. 4(8), 924-939.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2017. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

Laksmi , Alit Devi & I Made Wardana. (2016). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1902-1917.

Meida R. Pawitaningtyas, (2016). PENGARUH GREEN ADVERTISING TERHADAP CITRA MERAK SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pengunjung Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang Konsumen Air Mineral Kemasan Botol Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1).

- Natekar, Anita R. 2016. Social Networking: An Imminent Tool for Marketing, *Intercontinental Journal of Marketing Management*, Vol. 3 No. 1, pp. 24-28.
- Ozturk, B. N., & Akinci, S. (2019). The Impact of Advertising Content on Purchase Intention: A Moderated Mediation Model of Attitude toward the Product and Environmental Concern. *Business and Economics Research Journal*, 10(1), 277-296.
- Ridwan, M., Fauzi DH, A., & Bafadhal, A. S. (2018). PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING DAN GREEN BRAND TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Air Minum Kemasan Mer. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(1), 80-90.
- Ristianawati Dwi, Tri Gunarsih, and Triana Aryanti. "Pengaruh Pengetahuan, Kepedulian dan Sikap pada Lingkungan terhadap Minat Pembelian Produk Hijau." *Media Trend* 9.2 (2016).
- Rizky Muhammad & Yasin Abdullah. (2018). "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen." *Management Analysis Journal* 5.4
- Santoso, I., & Fitriani, R. (2016). Green packaging, green product, green advertising, persepsi, dan minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 9(2), 147-158.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2016). Pengaruh green marketing, pengetahuan dan minat membeli terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201-218.
- Shieh, M. D., Chen, C. N., & Lin, M. C. (2018). Discussion of Correlations between Green Advertising Design and Purchase Intention based on Consumers' Environmental Attitude. *Ekoloji*, 27(106), 1153-1159.
- Sudaryono, Sudaryono. "Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel dalam Penelitian." *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* 17.4 (2016): 391-403.
- Sulphey, Safeer. 2017. Introduction To Environment Management. 3 edition. Delhi: PHI learning privat limited.
- Wahab, Z., Tama, R. A., Shihab, M. S., Widad, A., Nofiawatyi, N., & Diah, Y. M. (2017). Analysis The Effect Of Environmental Concern And Green Advertising To Green Purchasing In Palembang City.

Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business, 1(3), 297-310.

Wu, S. & Chen, Y. (2016). The impact of green marketing and perceived innovation on purchase intention for green products. *International Journal of Marketing Studies*. 6 (5), 81-100. doi:10.5539/ijms.v6n5p81

www.kabarbisnis.com AIR MINUM DALAM KEMASAN: Konsumsi Meningkat, investasi Tumbuh 10%. diakses pada tanggal 15 januari 2020

<https://www.menlhk.go.id/> diakses pada tanggal 20 desember 2020

www.topbrand-award.com Brand TBI Air Minum Dalam Kemasan tahun 2019 diakses pada tanggal 25 Mei 2020

Yook, K. H., Choi, J. H., & Suresh, N. C. (2018). Linking green purchasing capabilities to environmental and economic performance: The moderating role of firm size. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 24(4), 326-337.

Zubair Tariq, M. (2016). Impact of Green Advertisement and Green Brand Awareness on Green Satisfaction with Mediating Effect of Buying Behavior. *Journal of managerial sciences*, 8(2).