

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Agustin, R. D., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 1-10. Dipetik September 9, 2020, dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/892>
- Aldoko, D., Suharyono, & Yuliyanto, E. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Produk Tupperware). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 17-23. Dipetik Mei 03, 2020, dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1602/1985>
- Allison, E. M. (2004). Organic Food: Consumer' Choices and Farmers' Opportunities. *Nutrition Business Journal*, 28.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1-7. Dipetik Juli 20, 2020, dari <https://media.neliti.com/media/publications/86141-ID-pengaruh-citra-merek-terhadap-minat-beli.pdf>
- Anitha, P., & Vijail, C. (2020). The Importance of Green Marketing. *International Journal of Future Generation Communication And Networking*, 13(3), 4137-4142.
- Aruman, E. (2017, Juli 31). *Komunikasi CSR dan Kredibilitas Perusahaan*. Dipetik Oktober 24, 2020, dari Marketing Communication Website: <https://mix.co.id/corporate-social-initiative/csr/komunikasi-csr-dan-kredibilitas-perusahaan/>
- Ayuwardani, R. P. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering. *Jurnal Nominal*, 7(1), 143-158. Dipetik September 13, 2020, dari https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjh-9i23O_rAhVi8HMBHYWnBy4QFjABegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fjournal.uny.ac.id%2Findex.php%2Fnominal%2Farticle%2Fdownload%2F19781%2F10809&usg=AOvVaw0NUYKbh8ZOCvGptb4eZ5Fy

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. Dipetik Agustus 19, 2020, dari <https://www.sesp.org/files/The%20Moderator-Baron.pdf>
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 2(2), 127-133. Dipetik September 19, 2020, dari https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiI3c3JhPXrAhVXILcAHVe7AlsQFjABegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fosf.io%2Fpreprints%2Ffinarxiv%2Fk7bgy%2Fdownload&usq=AOvVaw2lp4TKeKn_saTBaYJpAT5L
- Cheema, H. S., & Shankar, M. G. (2011). A Study on The Awareness Level of The Farmers Towards Green Marketing. *International Journal of Management Prudence*, 3(1), 158-163. Dipetik Juni 06, 2020, dari <https://search.proquest.com/docview/1490676255/DEA19A1BEB2E4FE8PQ/1?accountid=130508>
- Creata. (2016, Agustus 16). *Laporan Eksekutif Penelitian Restoran Nol Limbah (Zero Waste Restaurant)*. Dipetik Oktober 24, 2020, dari Official Website Creata: <http://www.creata.or.id/wp-content/uploads/2016/08/eksekutif-summary-zwr.pdf>
- Damayanti, A. (2020, Maret 10). *Perangi Sampah Plastik, Starbucks Uji Coba Gelas Baru*. Dipetik Mei 03, 2020, dari Detik Finance Website: https://finance.detik.com/industri/d-4932556/perangi-sampah-plastik-starbucks-uji-coba-gelas-baru?_ga=2.115516494.99013492.1587299193-500300393.1547434362
- Denziana, A., Indrayenti, & Fatah, F. (2014). Corporate Financial Performance Effects of Macro Economic Factors Against Stock Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 17-40. Dipetik September 13, 2020, dari <https://media.neliti.com/media/publications/94593-ID-none.pdf>
- Devi, P. I. (2014). *Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk the Body Shop*. Bandung: Universitas Kristen Maranatha. Dipetik September 9, 2020, dari <http://repository.maranatha.edu/9699/>
- Dewi, L. (2017). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Merek di Chocolaspa Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor. Dipetik Juni 20, 2020, dari https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwinwqL9-4_qAhUG4XMBHcLCBMgQFjADegQIAhAB&url=http%3A%2F%2Frepository.ipb.ac.id%2Fjspui%2Fbitstream%2F123456789%2F87358%2F1%2FH17lde.pdf&usq=AOvVaw3zHG9KdfSB7zTyNfG_-78h
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

- Djazari, M., Rahmawati, D., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Sikap Menghindari Risiko Sharing dan Knowledge Self-efficacy terhadap Informal Knowledge Sharing pada Mahasiswa Fise UNY. *Jurnal Nominal*, 2(2), 181-209. Dipetik Juli 20, 2020, dari <https://media.neliti.com/media/publications/191639-ID-pengaruh-sikap-menghindari-risiko-sharin.pdf>
- Ertando, A., Muflihaini, M. A., & Suryadarma. (2020). Validity and reliability test in the questionnaire of javanese local wisdom knowledge aspect through the myth of beringin (Ficus sp.). *Journal of Physics*, 1-7. Dipetik September 19, 2020, dari <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1440/1/012067/pdf>
- Febriani, M. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twitter @PekanbaruCo. *JOM Fisip*, 1(2), 1-6. Dipetik September 20, 2020, dari <https://media.neliti.com/media/publications/31419-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-dalam-membangun-brand-image-pada-media-sosial-twit.pdf>
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ganganaboina, A. Y., & Riaz, S. (2017). *Communication of Green Marketing Strategies for Creating Consumer Awareness*. Swedia: University of Gavle. Dipetik Maret 31, 2020, dari https://pdfs.semanticscholar.org/c577/1436571bc6536b3ec5ad95383bcca75d207e.pdf?_ga=2.125207625.238660097.1585566783-1092983448.1585566783
- George, D., & Mallery, P. (2003). *Using SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference* (Vol. 4). London: Pearson.
- Goel, P., & Sharma, S. (2017). Impact of Green Marketing on Consumer's Perception and Preferences. *Splint International Journal of Professionals*, 4(4), 39-43. Dipetik Juni 06, 2020, dari <https://search.proquest.com/docview/1940843176/BAE5CB3CF177432DPQ/1?accountid=130508>
- Grant, J. (2007). *The Green Marketing Manifesto*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Hafidh. (2020, April 17). *4 Perubahan Perilaku Konsumen Saat Pandemi Corona*. Dipetik Juni 20, 2020, dari Jurnal Entrepreneur Website: <https://www.jurnal.id/id/blog/perubahan-perilaku-konsumen-saat-pandemi-corona/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7th ed*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Handojo, A. (2019, Mei 16). *Melonjaknya Tren Bisnis "Leisure Economy" (Ekonomi Rekreasi)*. Dipetik Mei 03, 2020, dari Daya Website:

<https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/keuangan/melonjaknya-tren-bisnis-leisure-economy-ekonomi-rekreasi->

- Hanjani, G. A., & Widodo, A. (2019). Minat Beli Konsumen: Dampak Green Brand dan Green Knowledge pada Perusahaan Nestle. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 3(1), 39-50. Dipetik September 11, 2020, dari <http://jurnal.asmtb.ac.id/index.php/jsab/article/view/90>
- Harmila, D., Rais, & Fadjryani. (2016). Analisis Keaktifan Mahasiswa Jurusan Matematika Fakultas MIPA Universitas Tadulako dengan Metode Mann Whitney. *Jurnal Ilmiah Matematika dan Terapan*, 12(2), 104-114. Dipetik Oktober 21, 2020
- 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 Universitas Pamulang). *Prosiding Universitas Pamulang*. 1, hal. 179-201. Pamulang: Universitas Pamulang. Dipetik September 11, 2020, dari <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/2177>
- Hawila, R., & Samuel, H. (2017). Analisa Pengaruh Marketing Communication Terhadap Purchase Intention Dimediasi Oleh Brand Image Pada Produk LCV PT Astra International TBK – ISUZU. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 1-10. Dipetik September 20, 2020, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/6307>
- Helmi, M. S. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada CV Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*, 1-13. Dipetik September 20, 2020, dari <https://www.neliti.com/publications/24324/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen-pada-cv-master-pasir-pengara>
- Herista, M. I. (2019). Analisis Multiatribut Model Fishbein Terhadap Buah Jeruk (Studi Kasus Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(2), 32-44. Dipetik Oktober 21, 2020, dari <https://core.ac.uk/download/pdf/268472547.pdf>
- Hisam, M. C., Rachma, N., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Studi Kasus pada Air Minum Dalam kemasan Ades di Toko Panjerejo Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(4), 25-40. Dipetik Juli 20, 2020, dari <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6207/5101>
- Imam. (2019, Juli 9). *Berdayakan Petani Lokal, Saladstop ajak Masyarakat Hidup Sehat*. Dipetik Oktober 24, 2020, dari Duta.co: <https://duta.co/berdayakan-petani-lokal-saladstop-ajak-masyarakat-hidup-sehat>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Intan, G. (2018, November 19). *Selamatkan Lingkungan, Gerakan Tanpa Sedotan Plastik Mulai Nge-Trend di Masyarakat*. Dipetik Oktober 24, 2020, dari VOA Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/selamatkan-lingkungan-gerakan-tanpa-sedotan-mulai-nge-trend-di-masyarakat/4664637.html>
- Irawan, A., & Budiantoro, A. V. (2015). Pengaruh Green Practice Terhadap Green Consumer Behavior di The Kemangi Restaurant, Hotel Santika Pandegiling Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 86-101. Dipetik Mei 03, 2020, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3512>
- Ita. (2018, September 19). *Gerakan Anti Sedotan Plastik yang Kian Gencar di Indonesia*. Dipetik Mei 03, 2020, dari Detik News Website: <https://news.detik.com/abc-australia/d-4218456/gerakan-anti-sedotan-plastik-yang-kian-gencar-di-indonesia>
- Jamaluddin, & Tommeng, L. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Layanan di UPT Perpustakaan Universitas Hasanuddin. *Jurnal Media Pustakawan*, 25(4), 11-23. Dipetik Sep 12, 2020, dari <https://ejournal.perpusnas.go.id/mp/article/view/195>
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas dan Reliabilitas dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning pada Industri Garmen. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi* (hal. A155-A160). Yogyakarta: SNAST.
- Jasmir. (2016). Implementasi Teknik Data Cleaning dan Teknik Roughset pada Data Tidak Lengkap dalam Data Mining. *Proceeding Seminar Nasional APTIKOM*, 1(1), 99-106. Dipetik September 25, 2020, dari <https://journal.universitasbumigora.ac.id/index.php/semnastikom2016/article/view/178>
- Juliana, A. T., Tresnati, R., & Mahani, S. A. (2017). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan pada Produk Makanan Ramah Lingkungan di Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir di Kota Bandung). *Prosiding Manajemen*, 3(2), 767-773. Dipetik Mei 03, 2020, dari <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/7434/pdf>
- Kambiz, S., & Safoura, N. S. (2014). The Impact of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention (Case Study: Consumer of Hygiene Products). *Journal of Engineering Innovation & Research*, 3(1), 57-61.
- Kinney, T. C., & Taylor, J. R. (2002). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Kline, R. B. (2011). *Methodology in the Social Sciences: Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (Vol. 3). New York: Guilford Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Vol. 12). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hanser, T. (2016). *Marketing management 15e*. Harlow: Pearson Education.
- Kour, A. (2019). Green Marketing Communication and its impact. *Journal of The Gujarat Research Society*, 21(11), 320-327. Dipetik September 9, 2020, dari https://www.researchgate.net/publication/288525147_Green_Marketing_and_Its_Impact_on_Consumer_Buying_Behavior
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kumar, D. (2013). Does Green Marketing Works With Consumers? *Wulfenia Journal*, 20(3), 329-347. Diambil kembali dari https://www.researchgate.net/publication/259293088_DOES_GREEN_MARKETING_WORKS_WITH_CONSUMERS
- Kurnia, T. (2018, Juli 12). *Mulai 2020, Starbucks Setop Pakai Sedotan Plastik*. Dipetik Juni 20, 2020, dari Liputan 6 Website: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3584863/mulai-2020-starbucks-setop-pakai-sedotan-plastik>
- Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017, Mei). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Member Tupperware di Kota Rongkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 1, 33-49. Dipetik Maret 28, 2020, dari <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/view/2606/2025>
- Laibahas, M. N. (2018). *Pengaruh Management Control System Terhadap Financial Performance Perusahaan Melalui Organizational Culture sebagai Variabel Intervening*. Surabaya: Universitas Kristen Petra. Dipetik September 12, 2020, dari <https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/detail?id=42357>
- Lanfranchi, M., Giannetto, C., & Rotondo, F. (2017). Environmental Strategy in Business: Green Marketing Communication. *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*, 4(3), 111-126. Dipetik Mei 03, 2020, dari <https://pdfs.semanticscholar.org/6aca/9d7d43a8689736b74650d50c7b75028354d9.pdf>
- Legrand, W., Sloan, P., & Chen, J. (2010). *Eco-advantage in The Hospitality Industry*. New York: Routledge.
- Leonardo, A., Utomo, S. L., & Thio, S. (2014). Eksplorasi Persepsi Masyarakat Terhadap Green Practices di Restoran-restoran yang Ada di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 497-515. Dipetik Maret 31, 2020, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/2422/2201>

- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2015). *Statistical Technique in Business and Economics* (Vol. 16). New York: McGraw-Hills Education.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation* (Vol. 6). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Martin, R. (2007, Oktober 01). *Green Ideas*. Dipetik Mei 03, 2020, dari Nation's Restaurant News Website: <https://www.nrn.com/corporate/green-ideas>
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS Unimed*, 6(1), 87-97. Dipetik September 19, 2020, dari <http://digilib.unimed.ac.id/705/1/Validitas%20dan%20reliabilitas%20suatu%20instrumen%20penelitian.pdf>
- McKinsey. (2020, Juni 02). *Survey: Indonesian Consumer Sentiment During The Coronavirus Crisis*. Dipetik Juni 20, 2020, dari Mckinsey Website: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-indonesian-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis#>
- Mehmet, A., & Gul, B. (2014). Demographic Characteristics of Consumer Buying Behavior Effects of Environmentally Friendly Products and An Application in Gaziantep. *The Business & Management Review*, 5(1), 72-82. Dipetik Oktober 24, 2020, dari https://www.researchgate.net/publication/323783802_Demographic_characteristics_of_consumer_buying_behavior_effects_of_environmentally_friendly_products_and_an_application_in_Gaziantep
- Minkiewicz, J., Evans, J., Bridson, K., & Mavondo, F. (2011). Corporate Image in The Leisure Service Sector. *Journal of Service Marketing*, 25(3), 190-201.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Mullen, C. (2020, Januari 13). *Gen Buy: Millennials projected to spend \$1.4 trillion as influence grows*. Dipetik September 30, 2020, dari Bizwomen: The Business Journals: <https://www.bizjournals.com/bizwomen/news/latest-news/2020/01/gen-buymillennials-projected-to-spend-1-4-trillion.html?page=all>
- Nararya, A. (2019, Januari 06). *Gurahnya Industri Kuliner Bikin Ekonomi Nasional Menggeliat*. Dipetik Mei 03, 2020, dari Okefinance Website: <https://economy.okezone.com/read/2019/01/06/320/2000558/gurahnya-industri-kuliner-bikin-ekonomi-nasional-menggeliat?page=3>
- Nurbaiti, D. (2019, Desember 2). *Kebijakan "Restoran Tanpa Sedotan" Perlu Disertai Komunikasi Bisnis yang Menyenangkan*. Dipetik Oktober 24, 2020, dari Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/dewinurbaiti/5de49efe097f36312a093303/penti-ngnya-komunikasi-bisnis-restoran-tidak-lagi-sediakan-sedotan?page=all>

- Oblinger, D., & Oblinger, J. (2005). *Educating the Net Gen*. Washington D.C.: Educause.
- Parlyna, R., & Munawaroh. (2011). Konsumsi Pangan Organik: Meningkatkan Kesehatan Konsumen? *Jurnal Ilmiah Econosains*, IX(2), 157-165. Dipetik Sepetember 20, 2020, dari <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/econosains/article/view/625>
- Patel, K. (2007, Agustus 27). *Restaurants Go The Extra Green Mile*. Dipetik Mei 03, 2020, dari Nation's Restaurant News Website: <https://www.nrn.com/archive/restaurants-go-extra-green-mile>
- Peattie, K. (2001). Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing. *The Marketing Review*, 2(2), 129-146. doi:10.1362/1469347012569869
- Pillai, V. (2015, Oktober 09). *Research Gate*. Diambil kembali dari Re: Can we compare betas of two different regression analyses?: https://www.researchgate.net/post/Can_we_compare_betas_of_two_different_regression_analyses/561900fd5e9d97f8e88b456e/citation/download
- Porong, G., & Santoso, T. (2019). Hubungan Faktor Demografis Dengan Persepsi Penghuni Tentang Green Residential dan Healthy Living di Perumahan Graha Natura Surabaya. *AGORA*, 7(1), 1-6. Dipetik Oktober 24, 2020, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8143>
- Porter, M. E. (1991). *Michael E. Porter on Competition and Strategy*. New York: A Harvard Business Review Paperback.
- Potia, A., & Dahiya, K. (2020, April 19). *Optimistic, Digital, Generous: COVID-19's Impact on Indonesian Consumer Sentiment*. Dipetik Juni 20, 2020, dari The Jakarta Post Website: <https://www.thejakartapost.com/academia/2020/04/19/optimistic-digital-generous-covid-19s-impact-on-indonesian-consumer-sentiment.html>
- Prabela, C. E., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2016, Juni). Pengaruh Integrated Marketing Communication (IMC) dan Public Relations Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Survei Pengunjung HARRIS Hotel & Convention Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 155-163. Dipetik Juni 20, 2020, dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1381/1768>
- Preacher, K. J., & Leonardelli, G. J. (2001, Maret 1). *Calculation for The Sobel Test: An Interactive Calculation Tool for Mediation Test*. Dipetik Juli 17, 2020, dari Quantpsy.org: <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>
- Priyatno, D. (2012). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

- Purningsih, D. (2019, Februari 9). *Budaya Beberes, KFC Ajak Masyarakat Selamatkan Laut Indonesia*. Dipetik Oktober 24, 2020, dari Greeners.co: <https://www.greeners.co/aksi/budaya-beberes-kfc-ajak-masyarakat-selamatkan-laut-indonesia/>
- Purwianti, L., & Ricarto, T. (2018). Analisa Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Purchase Intention pada Pengguna Smartphone di Batam. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 41-56. Dipetik September 11, 2020, dari <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/1095>
- Putra, I. I. (2020, Maret 23). *Statistik Ketenagakerjaan DKI Jakarta 2019*. Dipetik July 05, 2020, dari Portal Statistik Sektor Provinsi DKI Jakarta: <http://statistik.jakarta.go.id/statistik-ketenagakerjaan-dki-jakarta-2019/>
- Putri, A. W. (2017, Oktober 18). *Pangan Lokal di Hadapan Pangan Impor*. Dipetik Oktober 24, 2020, dari Tirto.id: <https://tirto.id/pangan-lokal-di-hadapan-pangan-impor-cyxY>
- Rahayu, L. M., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017, Februari). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43, 121-131. Dipetik Maret 28, 2020, dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1705/2085>
- Ramadhani, Y. (2017, September 15). *Apakah Pangan Organik Lebih Sehat dari Non-Organik?* Dipetik Oktober 24, 2020, dari Tirto.id: <https://tirto.id/apakah-pangan-organik-lebih-sehat-dari-non-organik-cwAs>
- Randi. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru). *JOM Fisip*, 3(2), 1-9. Dipetik September 11, 2020, dari <https://media.neliti.com/media/publications/131978-ID-none.pdf>
- Rawat, S. R., & Garga, P. K. (2014). Green Marketing - The Greener Roads Ahead. *Journal of Applied Management JIDNYASA*, 6(1), 57-67. Dipetik Juni 06, 2020, dari <http://52.172.159.94/index.php/Jidnyasa/article/view/122223>
- Richards, L. (2013). Examining Green Advertising and Its Impact on Consumer Skepticism and Purchasing Patterns. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 4(2), 78-90. Dipetik September 12, 2020, dari <http://www.inquiriesjournal.com/articles/825/examining-green-advertising-and-its-impact-on-consumer-skepticism-and-purchasing-patterns>
- Risyamuka, I. K., & Mandala, K. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau di Restoran Sari Organik Ubud. *E-Jurnal Manajemen*, 4(2), 524-543. Dipetik Mei 03, 2020, dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/10803>

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Robinson, J. (2019, Mei 29). *Millennials Worry About the Environment -- Should Your Company?* Dipetik September 30, 2020, dari Gallup Workplace: <https://www.gallup.com/workplace/257786/millennials-worry-environment-company.aspx>
- Rohim, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(2), 106-119. Dipetik September 20, 2020, dari <http://e-jurnal.pnl.ac.id/index.php/ekonis/article/view/598>
- Royne, M., Thieme, J., Levy, M. C., Oakley, J., & Alderson, L. (2016). From Thinking Green to Buying Green: Consumer Motivation Makes The Difference. *Journal of Business Strategy*, 37(3), 37-43. Dipetik Oktober 24, 2020, dari <https://www.semanticscholar.org/paper/From-thinking-green-to-buying-green%3A-consumer-makes-Royne-Thieme/be31f508c67d20b9276a9317aa90fe4145462f83>
- Ruiz, S., Cuestas, P., & Arcas, N. (2001). Consumer Attitudes Towards Ecological Agrarian Fruits and Vegetables in Spain. *Acta Horticulturae*, 559, 681-686. Dipetik Oktober 24, 2020, dari https://www.researchgate.net/publication/283889313_CONSUMER_ATTITUDE_TOWARDS_ECOLOGICAL_FRUIT_AND_VEGETABLES_IN_SPAIN_A_SEGMENTATION_APPROACH
- Salahuddin, I. (2018). Perbandingan Hasil Belajar Matematika Antara Pola Interaksi Multi Arah dan Dua Arah Pada Siswa Kelas X SMK Negeri 1 Palopo. *Jurnal Penelitian Matematika dan Pendidikan Matematika*, 1(1), 152-162. Dipetik Oktober 21, 2020, dari <https://journal.uncp.ac.id/index.php/proximal/search/authors/view?firstName=Iqlima&middleName=&lastName=Salahuddin&affiliation=&country=ID>
- Santia, T. (2020, Maret 26). *Industri Makanan dan Minuman Paling Terdampak Virus Corona*. Dipetik Juni 20, 2020, dari Liputan 6 Website: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4211947/industri-makanan-dan-minuman-paling-terdampak-virus-corona>
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Schubert, F. (2008). *Exploring and Predicting Consumer's Attitudes and Behaviors Towards Green Restaurants*. Amerika Serikat: The Ohio State University.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (Vol. 7). Italy: John Wiley & Sons Ltd.

- Septiana, D., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2015). Analisis Model Virtual Brand Community Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Sabun Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 6(1), 39-50. Dipetik September 12, 2020, dari <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/13427>
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014, Juli). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal manajemen Teknologi*, 13, 201-218. Dipetik Maret 28, 2020, dari <https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjOkf-e8rzoAhWn7nMBHUZHDLAQFjABegQIBBAB&url=https%3A%2F%2Fmedia.neliti.com%2Fmedia%2Fpublications%2F115135-ID-pengaruh-green-marketing-pengetahuan-dan.pdf&usg=AOvVaw3ZAF3zGLqr7626>
- Situmorang, J. R. (2011). Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 131-142. Dipetik Mei 03, 2020, dari <https://media.neliti.com/media/publications/73919-ID-pemasaran-hijau-yang-semakin-menjadi-keb.pdf>
- Talitha, W. (2020). Pengaruh Strategi Marketing Communication Terhadap Brand Image PT Tokopedia. *Jurnal Translitera*, 9(2), 24-34. Dipetik September 20, 2020, dari <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera/article/view/978>
- Tariq, M. I., Nawaz, M. R., Nawaz, M. M., & Butt, H. A. (2013). Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(2), 340-347. Dipetik Juni 06, 2020, dari [https://www.textroad.com/pdf/JBASR/J.%20Basic.%20Appl.%20Sci.%20Res.%203\(2\)340-347,%202013.pdf](https://www.textroad.com/pdf/JBASR/J.%20Basic.%20Appl.%20Sci.%20Res.%203(2)340-347,%202013.pdf)
- Tjokro, S. (2018, Juli 4). *Burgreens: Tasty, Healthy & Environmentally Sustainable Meals*. Dipetik Juni 22, 2020, dari Now Jakarta: <https://nowjakarta.co.id/dining/dine/burgreens-tasty-healthy-environmentally-sustainable-meals>
- Tu, Y. T., Li, M. L., & Chih, H. C. (2013). An Empirical Study of Corporate Brand Image, Customer Perceived Value and Satisfaction on Loyalty in Shoe Industry. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 5(7), 469-483.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Vol. 2). Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Vania, J., & Kuntardjo, Y. (2013). Analisa Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Lingkungan Fisik di Restoran Platimnum Grill Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2), 254-267. Dipetik Oktober 21, 2020, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/985>

- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44-51. Dipetik Juni 06, 2020, dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2105>
- Viliaus, C., & Tobing, R. L. (2017). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Minat Beli Konsumen Pond's Yang Dimediasi Oleh Brand Equity (Studi Kasus: Konsumen Produk Pond's di Central Park Mall, Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 129-142. Dipetik September 20, 2020, dari <https://core.ac.uk/download/pdf/326446768.pdf>
- Widi, R. (2011). Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic Jurnal Kedokteran Gigi*, 8(1), 27-34. Dipetik September 19, 2020, dari <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/STOMA/article/view/2083>
- Yang, L.-J., Chou, T.-C., & Ding, J.-F. (2011). Using the Importance-Performance Analysis (IPA) approach to measure the service quality of mobile application stores in Taiwan. *African Journal of Business Management* V, 5(12), 4824-4834. Dipetik September 13, 2020, dari https://www.researchgate.net/publication/299228480_Using_the_Importance-Performance_Analysis_IPA_approach_to_measure_the_service_quality_of_mobile_application_stores_in_Taiwan
- Yanti, T. S. (2007). Uji Rank Mann-Whitney Dua Tahap. *Jurnal Statistika*, 7(1), 55-60. Dipetik Oktober 21, 2020, dari <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/statistika/article/view/954>
- Yazdanifard, R., & Mercy, I. E. (2011). The Impact of Green Marketing on Customer Satisfaction and Environmental Safety. *International Conference on Computer Communication and Management*. 5, hal. 637-641. Singapore: IACSIT Press. Dipetik Maret 30, 2020, dari https://www.researchgate.net/publication/268502673_The_impact_of_Green_Marketing_on_Customer_satisfaction_and_Environmental_safety
- Yonariza. (2020, Mei 09). *Ahli Ekonomi Lingkungan: Pandemi Mengingatkan Kita akan Pentingnya Lingkungan*. Dipetik Juni 20, 2020, dari Kumparan Website: <https://kumparan.com/kumparansains/ahli-ekonomi-lingkungan-pandemi-mengingatkan-kita-akan-pentingnya-lingkungan-1tNesngUdoK/full>