

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 2018. *Managing Brand Equity, Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Press
- Abubakar, Rusyidi, 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-1. Penerbit Alfabeta, Jakarta.
- Agustin, Risna Dwi, S. Kumadji, E. Yulianto. 2015. Pengaruh *Green marketing* Terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.22, No.2, Hal.1-10.
- Ambarwati, Miki dkk. 2015. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.25, No.1, Hal.1-7.
- American Marketing Association (AMA), *Marketing Management*. New York: The Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Cetakan Kelimabelas). Jakarta: Rineka Cipta
- Arseculeratne, Dinuk and Rashad Yazdanifard, 2014. How *Green marketing* Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. *International Business Research*. 7: 130-137.
- Assauri, Sofyan, 2016. *Manajemen Pemasaran Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Azwar, S. 2019. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chang, K., Hsu, C., & Chen, M. 2019. How *Green marketing*, Perceived Motives and Incentives Influence Behavioural Intentions. *Journal Retailing Consumer Service*, 389-413.
- Dominika Moravcivoka, 2017. The *Green marketing* as the Source of the Competitive Advantage of the Business. *Journal Sustainability Volume 9*, 2218. DOI: 10.3390.
- Dyanasari dan Harwiki, Wiwiek, 2020. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Erwin, Musmuliadi, Inawati dan Suciati, 2019. *Keputusan Pembelian Interaktif*. Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Fahmi, Irham, 2017. *Manajemen Pengambilan Keputusan: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Alfabeta, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Badan Penerbit UNDIP: Semarang.
- FuiYeng, W., & Yazdanifard, R. 2015. *Green marketing: A Study of Consumers Buying Behaviour in Relation to Green Product*. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 17-23.

- Genoveva dan Dian Ridho Samukti, 2020. *Green marketing: Strengthen the Citra merek and Increase the Consumer Purchase Decision*. Journal Management Mercubuana Vol. 10 No. 3. ISSN: 2088-1231. DOI: 10.22441/mix.2020.v10i3.004.
- Grace, D and O'Cass, A. 2022. Brand Associations: Looking Through the Eye of the Beholder. *Qualitative Market Research: An International Jurnal*. (5) 2: 96-111.
- Haryanto, Jony Oktavian, 2018. *Beyond Marketing: Growth and Sustainability*. Penerbit Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. 2016. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill International Edition.
- Hoiron, H. d. 2018. Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Keunggulan Bersaing dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) di Kabupaten Lumajang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 39-40.
- Jispher, William, 2015. *Marketing and Strategy in Marketing*. McMillan, Canada.
- Kartajaya, 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Keller, Kevin Lane, 2015. *Conceptualizing, Measuring and Managing Customer Based Brand equity*. Published of Prentice Hall, New Jersey.
- Keller, Kevin Lane, 2017. *Managing Brands For The Long Run: Brand Reinforcement and Revitalization Strategies*. Spring Vol. 41 No. 3, California Management Review.
- Keller, Kevin Lane, 2018. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall inc.
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Neils, 2016. *Strategi Pemasaran*. Edisi Keenam. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P and Keller, K.L. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Bob Sabran. Edisi 13, jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2018. *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Leanne, Conny, Souhon, and Thirkel, Kenneth, 2018. *Consumer Behavior Building Loyalty Strategy*. McGraw Hill, Companies, Inc., New York.
- Lorenzo, Peter, 2019. *Managing of Customer Behavior*. Published by McGraw Hill Book Company, New York.
- Lovelock, Christopher, 2018. *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi dan Strategi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lozada, H.R. 2019. *Ecological Sustainability and Marketing Strategy: Review and Implication*. The 1999 Marketing Management Association Proceedings of the 35th Anniversary Meeting of the Midwest Business Administration Association. United Stated: Seton Hall University.

- MA. Farrel, 2017. Application of Marketing Mix to Increasing of Customer Satisfaction and Loyalty.
- Mc.Daniel, Stephen W. Rylander, David H. 2019. Strategic *Green marketing*. Journal of Consumer Marketing Vol 10 No 3 p.4-10.
- Ni Luh Putu Suwantiari, 2021. Pengaruh *Green marketing*, Kualitas Produk dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Coffee di Denpasar. Jurnal EMAS. Volume 2 Nomor 1. E-ISSN: 2774-3020.
- Nurmawati, 2019. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian. MNC Publishing Jakarta.
- Ottman, Jacquelin, 2017. The Rules of *Green marketing*. Reckitt Benckiser, Cambridge UK.
- Polinsky, M. (2015). An Introduction to *Green marketing*. Electronic Green Journal, 1-10.
- Prakash, Aseem, 2018. *Green marketing*, Public Policy and Managerial Strategies. Journal of Business Strategy and The Environment. Vol 11 P. 285-297.
- Sally Avrinella Silaban, 2021. The Effect of *Green marketing* on Purchase Decisions and Citra merek as Intervening Variables. International Journal of Research and Review Vol. 8 Issue 1. E-ISSN: 2349-9788.
- Silvia, F. 2014. Pengaruh *Green marketing* Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, 1-10.
- Situmorang, J. R. 2017. Pemasaran Hijau Yang Semakin Mnejadi Kebutuhan dalam Bisnis. Jurnal Administrasi Bisnis, 131-142.
- Sudaryono, 2016. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran. Penerbit Lentera Ilmu Cendekia, Surabaya.
- Sugiyono, 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2018. Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Suki, N., Suki, N. M., & Azman, N. 2016. Impacts of Corporate Social Responsibility on The Links Between *Green marketing* Awarness and Consumer Purchase Intentions. Procedia Economics and Finance, 262-268.
- Sumarwan, Ujang, A.G dkk. 2018. Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri 2. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Suprpti, Lilik, & Idris. 2018. Analisis Pengaruh Brand Awarness, Perceived Value, Organizational Association dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Universitas Diponegoro.
- Suryanto, Mikael Hang, 2019. Manajemen Pengambilan Keputusan: Saluran Distribusi. Penerbit Deepublish. Yogyakarta.
- Susanto, A.B., & Wijanarko, H., 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Penerbit Quantum Bisnis dan Manajemen, Jakarta.

- Sutisna dan Teddy Pawitra, 2017. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B., & Irawan, T. 2018. *Marketing Management Consumer Behavior Analysis 4th Edition*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Ed. 3*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy, 2018. *Strategi Pemasaran. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Triono, Rachmadi Agus, 2016. *Pengambilan Keputusan Manajerial: Teori dan Praktek untuk Manajer*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Wijaya, M. 2018. Promosi, Citra Merek dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 105-114.
- Yolanda Averina Rayon, 2021. Pengaruh *Green marketing* terhadap Purchase Decision yang Dimediasi oleh Citra merek. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 10, No. 5, 2021 : 479-498 ISSN : 2302-8912. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i05.p04>.
- Yu-Shan Chen, 2016. The Drivers of Green Brand Equity: Green Citra merek, Green Satisfaction and Green Trust. *Journal of Business Ethics*. Vol. 93 No. 2. <http://www.jstor.org/stable/40605343>.
- Zulkifli, Arif, 2019. *Green marketing: Redefinisi Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion*. Penerbit Graha Ilmu, Jakarta.

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Noor Ichsan Amrullah
 Tempat, Tanggal Lahir : Indramayu, 12 Januari 1995
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Alamat Rumah : Jalan Fatmawati 37 Tuntang, Kabupaten Semarang
 Telpon Rumah dan HP : 082136563031
 Alamat Email : noor.ichsan.a@mail.ugm.ac.id
 Status Sipil :
 Nama istri/suami : -
 Nama anak : -

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

Tamat SD tahun 2007 di SD Negeri 1 Tuntang
 Tamat SMP tahun 2010 di SMP Negeri 2 Ambarawa
 Tamat SMA tahun 2013 di SMA Negeri 2 Ungaran
 Tamat (S1) tahun 2018 di Universitas Gadjah Mada

Pekerjaan dan Riwayat Pekerjaan

Pekerjaan : Pegawai BUMN (Bank BTN)
 NIP : 16848
 Pangkat/Jabatan : Asisten Manajer/Commercial And Consumer Funding Unit Head

Makalah pada Seminar/Konferensi Ilmiah Nasional dan Internasional

Study of Chitosan-Polyvinyl Acetate as Wound Dressing pada The 7th International Conference on Theoretical and Applied Physics.

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar,

Noor Ichsan Amrullah