

DAFTAR PUSTAKA

- Akashainternational.com. (2018). *Annual Report*. Retrieved Januari 3, 2020, from <https://www.akashainternational.com/wp-content/uploads/2019/05/ADES-AR-2108-eReporting-300419.pdf>.
- Aspadin.com. (2016, November 18). *Sertifikasi SNI dan Halal Bagi Air Minum dan Kemasan (Foodreview)*, Retrieved Februari 1, 2020, from <http://aspadin.com/pressmedia/sertifikasi-sni-dan-halal-bagi-air-minum-dan-kemasan-foodreview>.
- bandungkota.bps.go.id. (2020, Januari 7). Sensus Penduduk 2020, Sensus Era Digital. Retrived Maret 5, 2020. erom <https://bandungkota.bps.go.id/news/2020/01/07/15/sensus-penduduk-2020--sensus-era-digital---.html>.
- databoks.katadata.co.id. (2019, September 13). *Jumlah Penduduk Indonesia Diproyeksikan Mencapai 270 Juta pada 2020*. Retrived Maret 5, 2020. from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/13/jumlah-penduduk-indonesia-diprojektikan-mencapai-270-juta-pada-2020>
- Economy.okezone.com. (2016, Oktober 14). *Permintaan Tinggi, Industri AMDK Tumbuh 10%*, Retrived Januari 4, 2020, from <https://economy.okezone.com/read/2016/10/14/320/1514630/permintaan-tinggi-industri-amdk-tumbuh-10>.
- Emiten.kontan.co.id. (2020). *Laporan Keuangan ADES*, Retrived April 15,2020, from <https://emiten.kontan.co.id/perusahaan/7/Akasha-Wira-International-Tbk-Tbk>.
- fokus.tempo.co. (2019, Oktober 3). *Pola Konsumsi Milenial, Pepsi dan Industri Minuman*. Retrived Maret 5, 2020, from <https://fokus.tempo.co/read/1255447/pola-konsumsi-milenial-pepsi-dan-industri-minuman>.
- Haryoko, U. B., & Ali, H. A. A. (2019). *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)*, 1(1): 198. Retieved from PROCEEDINGS.

- Hess, Jeffrey S et all. (2014). *The Impact of Consumer Product Package Quality on Consumption Satisfaction, Brand Perceptions, Consumer Investment and Behavior*. Vol. 6:No.1,Article4. DOI: 10.14448. Retrieved from Journal of Applied Packaging Research
- Indopremier.com. (2019, Maret 28). *Lanjutkan Langkah Efisiensi, ADES Berusaha Perbaiki Kinerja Tahun Ini*, Retrived Januari 4, 2020, from https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Lanjutkan_Langkah_Efisiensi__ADES_Berusaha_Perbaiki_Kinerja_Tahun_Ini.
- Jeevarathnam P. Govender , Tushya L. Govender (2016). *The influence of green marketing conconsumer purchase behavior Tineke Wolok Environmental Economics, Volume 7, Issue 2* (2016). South Africa.
- Karlina, G. & Setyorini, R. (2018). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Mediator*. 1(2), 56-65. Retrieved from Management & Accounting Expose.
- Karlina, Y. 2018. *“Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Raisa Andriana Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Luwak White Koffie”*. (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Jurusan Pemerintahan Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa (STPMD) APMD Yogyakarta.
- Kemenkeu.com. (2019, September). *Mediakeuangan Transparansi Informasi Kebijakan Fiskal*. Retrieved Desember 23, 2019, from <https://kemenkeu.go.id/media/13164/mk-september-2019.pdf>.
- Khaerunnisa, B. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK Merek AQUA di Kalangan Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, 7(1), 8-11. Retieved from Jurnal Ilmu Managemen dan Bisnis.
- Kompasiana.com. (2019, Februari 7). *Indonesia dan Parahnya Kesadaran akan Sampah Plastik*, Retrieved Desember 23, 2019, from <https://www.kompasiana.com/gigih98582/5c5bf70912ae9402767b6be6/indonesia-dan-parahnya-kesadaran-akan-sampah-plastik?page=all>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th ed*. Person Education, Inc.
- Kumadji, S. (2017). Pengaruh *Green Marketing* dan *Marketing Mix* Terhadap *Customer Preference* dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian

- (Studi pada Mahasiswa S2 Konsumen Aqua-Danone, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang). *Jurnal Adminitrasi Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Mamahit, L. (2015). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES Pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Prawira, B. & Yasa, B.N.N.K. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar*. Retrieved from E-Jurnal Manajemen unud Vol 3 No 12: 3647-3649.
- Raming, Tumbel, Tawas. (2015). Pengaruh Strategi *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan, AQUA di Manado. *Jurnal EMBA*.
- Ridwan, Fauzi, Bafadhal. (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 Merek ADES). *Jurnal Adminitrasi Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Rofiana, S. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Pada Konsumen AMDK Ades Di Klaten). Repository Institut Agama Islam Negri Surakarta.
- Selestio, R. (2013). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek OASIS (Studi Pada Konsumen CV. Sinar Mas Murni Distributor Oasis Cabang Jakarta Selatan). Repository Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.