

DAFTAR PUSTAKA

- Astrid Hellena Putri. (2019). *Pengaruh Green Marketing dalam Membangun Corporate Image Starbucks Indonesia*. Bandung: Telkom University
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aldoko, D.S. dan Yulianto, E. (2016). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol 40(2), 17-23. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2): 17-23.
- Agustin, R.D. (2015). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 22, 1- 10
- American Marketing Association. (2017). *Definition of Marketing*. Retrieved from Definition of Marketing: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>.
- Amoako, G.K., Doe, J.K. and Dzogbenuku, R.K. (2021). *Perceived Firm Ethicality and Brand Loyalty: The Mediating Role of Corporate Social Responsibility and Perceived Green Marketing*. *Society and Business Review*. 16 (3), 398-419. <https://doi.org/10.1108/SBR-05-2020-0076>.
- Anggraini, D. (2018). Analisis Pengaruh Perkebunan Kelapa Sawit Terhadap Perekonomian Di Provinsi Riau Tahun 2002-2016. *Tugas Akhir*, 3.
- Angeline, M,E. (2015). *Hubungan Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen (Studi Kasus Pada The Body Shop Manado)*. Vol 6(8), 1-25.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Data Badan Nasional Penanggulangan Bencana . (n.d.).
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2016-2020). *Luas Areal Perkebunan Kelapa Sawit Menurut Provinsi Di Indonesia*. Direktorat Jendral Perkebunan.
- Fatimah, & Setiawardani. (2019). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Kota Bandung). *Jurnal Polban*, 10(1), 1089-1101. doi:<https://doi.org/10.35313/irwns.v10i1.1469>

- Fijar Fouratama, Z. A. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan. *Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu*, 210.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* . Semarang: Universitas Diponegoro.
- Humas PTPN V. (2020). Menristek Resmikan Pemanfaatan Listrik Dari Biogas Limbah Sawit. *Sinergi Integritas Profesional*.
- Humas PTPN V. (2020, Maret 9). *Menristek Resmikan Pembangkit Listrik Tenaga Biogas, PTPN V Laksanakan Circular Ekonomi*. Retrieved from Menristek Resmikan Pembangkit Listrik Tenaga Biogas, PTPN V Laksanakan Circular Ekonomi: <https://ptpn5.com/2020/03/menristek-resmikan-pembangkit-listrik-tenaga-biogas-ptpn-v-laksanakan-circular-ekonomi-2/>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi*. Bandung: Aditama.
- Juhairi, Arifin, & Sunarti. (2016). *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) Terhadap Brand Image dan Dampaknya Pada Minat Beli (Survei Pada PT Pabrik Gula Krebet Baru di Kabupaten Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Karlina, G., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Mediator (Studi Pada Innisfree Bandung). *Management & Accounting Expose*, 1(2), 56–65.
- Kotler & Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kusnandar, & Rinandiyana. (2017). The Influence of Green Marketing on Purchase Decision With Brand Image As Mediate Variable. *Sus Comp Adv*, 7, 87-98.
- Maheshwari, S. P. (2014). Awareness of Green Marketing and Its Influence on Buying Behavior of Consumers: Special Reference to Madhya Pradesh, India. *AIMA Journal of Management and Research*, 8(1/4), 1–14.

- Natakusumah, F.A. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Ina Cookies Bandung). Skripsi pada Universitas Telkom. Bandung.
- Neolaka (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novianto, N.A. (2017). *Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Pembelian Produk Lifebuoy pada Masyarakat di Kota Purworejo*. Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Nursalam. (2016). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan Pendekatan Praktis Edisi 4*. Jakarta: Salemba Medika.
- Osiyo, A. K., & Samuel, H. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–9.
- Perkebunan, D. J. (2016-2020). *Luas Areal Perkebunan Kelapa Sawit Menurut Provinsi Di Indonesia*. Direktorat Jendral Perkebunan.
- Rahayu, Abdillah, & Mawardi. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, 122.
- Rasyid, A., Saleh, A., Cangara, H., & Priatna, W. B. (2019). Komunikasi dalam CSR Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat dan Membangun Brand Image. *Jurnal 23 - Pemberdayaan Masy*, 31(2), 507–518.
- Romadon, Y., Yusri A. (2014). Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Brand Image* dan Struktur Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 15(1),1-7.
- Risna Dwi Agustin, S. K. (2015). Pengaruh Green Marketing. *pengaruh green marketing terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang)*, 2.
- Permana, M, S. dan Haryanto, J, O. (2014). *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian*. *Jurnal Manajemen/Vol 18(3)*, 365-380.
- ptpn5. (n.d.). <https://ptpn5.com/logo/>. Retrieved from logo:

<https://ptpn5.com/logo/>.

- Priyatno. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ottman, J. (2017). *The New Rules of Green Marketing*. San Francisco: Barrett-Koehler Publishers.
- Quintas, & Lestari. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kualitas Konsumen Rokok Gudang Garam pada Konsumen Rokok di Wilayah Penfui. *EKOBIS*, 6(1), 1-37.
- Sallam. (2016). *The Impact of Brand Image and Corporate Branding on Consumer's Choice: The Role of Brand Equity*. Saudi Arabia: Najran University.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Santoso, I Gst. A. Kt. Sri Ardani. (2017). *Pengaruh Green Marketing dan Coporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Pada Produk Tupperware*. Bali: Universitas Udayana.
- Sari & Setiawan. (2017). *Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee*. Bali: Universitas Udayana.
- Sarwono, J. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Schiffman & Kanuk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Setyaningrum. (2017). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image Produk Lampu LED Philips Di Kota Bandung*. Bandung: Telkom University.
- Sharma, M., & Trivedi, P. (2016). Various Green Marketing Variables and Their Effects on Consumers' Buying Behaviour for Green Products. *Ijltemas*, V(1), 1–8.
- Silvia, F. (2014). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.

14, 1- 10.

- Sujarweni. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Paper Plane.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kedua puluh lima. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma Istantia, S. K. (2016). Pengaruh green marketing terhadap citra merek. *Survei pada Pengguna Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips LED*, 177.
- Supardi, D. (2016). *Kinerja Guru*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tashandra.N. “*Kosmetik Ramah Lingkungan Lebih Disukai.*” (diakses pada 15 Januari 2019 dari: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/07/17/153800920/kosmetikramah-lingkungan-lebih-disukai->).
- Verma, Abhimanyu dan Tanwar Ritika. (2014). *Green Marketing: The Revolutionary Road International Journal of Business and Management Invention ISSN, Volume 3 : pp.01-06*
- Voni Prila Santoso, I Gst. A. Kt. Sri Ardani. (2017). *Pengaruh Green Marketing dan Coporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Pada Produk Tupperware*. Bali: Universitas Udayana.
- Widelia, K. (2015). *Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever*. Bandung: Universitas Telkom.
- Wu & Chen. (2014). *The Impact of Green Marketing and Perceived Innovation on Purchase Intention for Green Products*. Taiwan: University of Technology.
- Yunafajri Rahma, Y. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Brand image pada Produk Tupperware di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 3.