

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, S. (1994). *Marketing Public Relations*. Publikasi Lembaga Management UI.
- Ali, D. S. F. (2017). *Marketing Public Relations - Diantara Penjualan dan Pencitraan*. Penerbit Deepublish.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. <https://doi.org/https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Budi, M. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Ades (Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Ades di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6029–6038.
- Ilham, P., & Yusiana, R. (2021). Analisis Green Marketing Mix Pada Perusahaan Love Beauty And Planet Kota Bandung Tahun 2020. *EProceedings ...*, 7(2), 86–106. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/download/14417/14198>
- Kivunja, C., & Kuyini, A. B. (2017). *Understanding and Applying Research Paradigms in Educational Contexts*. *International Journal of Higher Education*, 6(5), 26. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v6n5p26>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mardhiah, A. (2008). Eksistensi *Public Relations* (Hubungan Masyarakat) pada suatu Perusahaan (Suatu Tinjauan *Public Relations* dalam Perspektif Komunikasi).pdf.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Referensi.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.
- Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK Ades (Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 71–79. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i1.1893>
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*.

Riswati, A., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2015). 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). *Profit*, 09(01), 1–10. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2015.009.01.1>

Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.

Salim, A. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Tiara Wacana.

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

Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79.