

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.
- Marwan (1986:174) marketing. Yogyakarta, AMP YKPN.
- Priyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif. Zifatama Publisher.
- Schiffman, Leon G & Leslie L Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.

Jurnal

- Fahmi Hakim, F. (2018). Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepak Bola Specs di Keanggotaan Persis Solo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2).
- Fajrina, E. L., Barkah, C. S., Chan, A., & Tresna, P. W. (2021). ANALISIS MOTIVASI KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI DEILICIOUS KITCHEN SEBAGAI UPAYA PERBAIKAN STRATEGI PRODUK DAN HARGA. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–14.
<http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Givan, B., & Winarno, S. H. (2019). Green Product Dan Gaya Hidup Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Natural Coffee). *Jurnal Ecodemica*, 3(1). www.gaya.tempo.co
- Hastono. (2019). PENGARUH CITRA MEREK KOSMETIK MAYBELLINETERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CARREFOUR CABANG TANGERANG CITY. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/JEE.v1i2.3438>
- Hermayanti, A. W., & Susantiaji, A. (2022). ANALISIS PEMBELIAN IMPULSIF DI PASAR MODERN KOTA TEGAL PADA SAAT PANDEMI COVID-19. *Jurnal MONEX*, 01(11), 49–60.
- Lazarević-Moravčević, M. (2019). Characteristics of Marketing Communication Strategy of a Small Enterprise. *Economic Analysis*, 52(2), 104–112.
<https://doi.org/10.28934/ea.19.52.2.pp104-112>
- Purwanto, A. (2008). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR YAMAHA MIO*. Universitas Muhammadiyah.

- Ramadhani, N. U., Wibawa, B. M., & Gunawan, J. (2019). Analisis Sikap Konsumen Perempuan terhadap Produk Green Skincare: Pendekatan Multiatribut Fishbein. *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*, 8(1), D32–D36.
- Roberts, C. W. (2000). A Conceptual Framework for Quantitative Text Analysis. *Quality & Quantity*, 34(3), 259–274.
<http://dx.doi.org/10.1023/A:1004780007748>
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). PENGARUH MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BOLA SEPAK. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 82–89.
- Seilatu, N. Y., Usman, O., & Febrilia, I. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI DAN KESEDIAAN MEMBAYAR HARGA PREMIUM UNTUK GREEN SKINCARE. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 13(2), 2301–8313. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Sigit, M. (2016). GREEN MARKETING OF BUYING INTEREST ON CUSTOMERS NAAVAGREEN NATURAL SKIN CARE YOGYAKARTA GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI PADA PELANGGAN NAAVAGREEN NATURAL SKIN CARE YOGYAKARTA. *JURNAL BISNIS & EKONOMI*, 14(1), 65–75.
- Sopini, P. (2019). Analisis Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian Batik pada UKM An Nisa di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 408. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.126>
- Tridiwianti, F., & Harti. (2021). PENGARUH GREEN PRODUCT AWARENESS DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GREEN BODY CARE. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1).
- Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). ANALISIS GREEN PRODUK, GREEN MARKETING DAN GREEN KNOWLADGE DI KOTA SEMARANG. *Edunomika*, 06(01).

Internet

- Suara.com. (2021). Survei: 73 Persen Konsumen Siap Beralih ke Produk Kecantikan Ramah Lingkungan. Diakses pada 20 Agustus 2022, dari <https://www.suara.com/lifestyle/2021/07/28/160000/survei-73-persen-konsumen-siap-beralih-ke-produk-kecantikan-ramah-lingkungan>
- Kompas.com. (2022). Melewati Pandemi, Industri Kecantikan Tetap Berkembang. Diakses pada 6 September 2022, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/11/05/084551920/melewati-pandemi-industri-kecantikan-tetap-berkembang?page=all>