

DAFTAR PUSTAKA

- Abute. (2019). Konsep Kesadaran Sosial Dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 3(2), 186.
doi:10.32529/glasser.v3i2.338
- Afifah, I. (2022). Instagram 's utilization and advertising performance on viral product consumption for millennials Pemanfaatan Instagram dan performa iklan pada konsumsi produk viral bagi generasi milenial. 1-12.
- Ahidin, U. (2019). Implementasi Pemasaran Berkelanjutan Dalam Rangka mendukung Ekonomi Berkelanjutan dan Pembangunan Berkelanjutan (Sebuah Tinjauan). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & 3(1), 243–255.*
doi:https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss1.pp243-2
- Ahmad, F. (2021). Analysis of MSMEs Instagram Ads Promotions in Indonesia: A Study in Katma, Native, Brader MKR, and Cathcy MSMEs. *11(2), 673–681.*
- Aji, P. M. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104. doi:https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002
- Akbar, M. B. (2022). The social marketing paradox : challenges and opportunities for the discipline. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 367–389.
doi:https://doi.org/10.1007/s12208-021-00308-0
- Alam, A. (2021). OPPORTUNITIES AND CHALLENGES IN DIGITAL MARKETING Searching for collaboration possibilities with digital service companies in Finland. *September.*
- Antaranews.com. (2020). *Sungai Cipamokolan tercemar limbah.* Antaranews.com.
- APEKSI. (2022). *Apeksi.* Apeksi.id. Retrieved from https://apeksi.id/localisesdgs
- Arsyad 1999 dalam Oktarinda. (2007). *DAMPAK PERKEMBANGAN INDUSTRI BESAR TERHADAP SOSIAL EKONOMI DI KABUPATEN TEMANGGUNG .*
- Arsyad. (1999). *Dampak Perkembangan Industri Besar Terhadap Sosial Ekonomi di Kabupaten Temanggung.*
- Ashilah, S. (2022). *Data Penduduk Kota Bandung berdasarkan Pekerjaan 2020, Pelajar dan Mahasiswa Terbanyak.* Bandungbergerak.Id.

- Aulia Sandra, T. M. (2011). Analisis Pengungkapan Triple Bottom Line dan Faktor Yang Mempengaruhi; Lintas Negara Indonesia dan Jepang. *Simposium nasional Akuntansi XIV*.
- Bachrie, N. S. (2009). Hubungan Jenis Sekolah dan Identifikasi Nilai Moral Individualisme Terhadap Kesadaran Sosial Siswa SMA di Jakarta . *FPsi UI*.
- bandung.co.id. (2018). *BANDUNG KOTA PERTAMA PENYELENGGARA "INTERNASIONAL ZERO WASTE CITY CONFERENCE"*. bandung.co.id.
- Bandungbergerak.id. (2022). *Data Penduduk Kota Bandung berdasarkan Pekerjaan 2020, Pelajar dan Mahasiswa Terbanyak*. Bandungbergerak.id.
- Belanche, D. C.-S. (2021). Building influencers' credibility on Instagram: Effects on followers' attitudes and behavioral responses toward the influencer. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102585>
- Bend, D. L. (2021, September). Making sense of adolescent-targeted social media food marketing: A qualitative study of expert views on key definitions, priorities and challenges. *Appetite* , 105691, 168. doi:<https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105691>
- BKPM. (2018). *Industri Manufaktur di Indonesia Sebagai Basis Produksi di ASEAN*.
- BPS Kota Bandung. (2023). *Tabel Dinamis Subjek Tenaga Kerja*. Bandungkota.Bps.Go.Id.
- Budiargo. (2015). *Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa Di SMA Bandung*. Bandung: FKIP UNPAS.
- cakrawalajabar.com. (2018). *Delapan Kelurahan Di Bandung Menjadi Percontohan Dalam Penerapan Kawasan Bebas Sampah*. cakrawalajabar.com.
- Caley, M. J.-C. (2014). What is an expert? A systems perspective on expertise. *Ecology and Evolution*, 4(3), 231–242. doi:<https://doi.org/10.1002/ece3.926>
- Chaffey, D. &. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation And Practice (Sixth Edition) (Sixth edit)*. Pearson Education Limited.
- Chaffey, D. &. (2017). *Digital Marketing Excellence (5th ed.)*. Routledge.
- Chaffey, D. &. (2017). *Digital Marketing Excellence (fifth edit)*. Routledge.
- chub.fisipol.ugm.ac.id. (2021). *Penta-Helix dan Perubahan Sosial*. chub.fisipol.ugm.ac.id.
- Clarke, P. T. (2019). An Investigation of the Impact of Facebook and Instagram on Consumer Buying Behaviour: The Case of Retail Fashion Consumers in Rhodes, Greece. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, 12(2), 81–87. doi:<https://doi.org/10.25103/ijbesar.122.07>

- Coffman, K. P. (2016). Waiting for the Expert to Arrive: Using a Community of Practice to Develop ...: GCU Library Resources - All Subjects. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 28(1), 30–37.
- Constantinides, E. (2013). Consumer Information Systems and Relationship Management : Design , Implementation , and (Issue August). doi:<https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4082-5.ch004>
- Creswell. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Creswell, W. J. (2013). *Qualitative Inquiry And Research Design Choosing Among Five Approaches*. Vicki Knight: SAGE Publications.
- Creswell, W. J. (2013). John W. Creswell - Qualitative Inquiry And Research Design_ Choosing Among Five Approaches (2013, SAGE Publications) - libgen.li (L. Habib (ed.); 3rd ed).
- Creswell, W. J. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. *In Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Cucu Nurhayati, I. R. (2020). *Teori Perubahan Edisi 3*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Damayanti, T. D. (2019). Arini Aprillia Damiarti, Trie Damayanti, dan Aat Ruchiat Nugraha MetaCommunication; Journal Of Communication Studies KAMPANYE #THINKBEFOREYOUSHAKE OLEH ORGANNISASI DO SOMETHING INDONESIA UNTUK MENGUBAH PERILAKU GENERASI MILENIAL. *Journal Of Communication Studies*, 4(1), 65-94.
- databoks.katadata.co.id. (2022). *Sampah Harian Warga Kota Bandung Terbanyak se-Jawa Barat*.
- Deepa, M. &. (2021). Impact of social media on consumer Purchasing Decision Making. *International Journal of Information and Decision Sciences*, 13(12), 15–25. doi:<https://doi.org/10.1504/IJIDS.2019.101994>
- Desai, D. M. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development, Special Is(Special Issue-FIIIPM2019)*, , 196–200. doi:<https://doi.org/10.31142/ijtsrd23100>
- Detiknews.com. (2020). *Jijik, Sungai Cipamokolan Bandung Penuh Busa dan Bau*. Detiknews.com.
- Dihni, V. A. (2022). *Sampah Harian Warga Kota Bandung Terbanyak se-Jawa Barat*. Databoks.Katadata.Co.Id.

- Disdagin Kota Bandung. (2019). *Jumlah Industri Kota Bandung Tahun 2018*. Disdagin.Bandung.Go.Id.
- Disdukcapil Kota Bandung. (2023). *Data Demografi*. Disdukcapil.Bandung.Go.Id.
- docplayer.info. (n.d.). *BAB II GAMBARAN UMUM KOTA BANDUNG*. docplayer.info.
- Dongre, I. (2020). Consumer's perception of Instagram Advertisements. *Journal of Critical Reviews*, 7(19), 7834–7844.
- Elkington, J. &. (1999). Cannibals with forks the triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4) , 42.
- Elliott, M. T. (2005). (. Factors that affect attitude toward a retail web site. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 13(1), 40–51. doi:<https://doi.org/10.1080/10696679.2005.11658537>
- Fathoni, R. &. (2019). Analisis Efisiensi Industri Kreatif Unggulan Kota Bandung Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis. *COMPETITIVE*, 14(1), 1–13. doi:<https://doi.org/10.36618/competitive.v14i1.503>
- Franzoi, S. L. (1990). A motivational explanation of private self-consciousness differences. *Journal of Personality*, 58, 641-659.
- Gaber, H. R. (2019). Consumer attitudes towards Instagram advertisements in Egypt: The role of the perceived advertising value and personalization. *Cogent Business and Management*, 6(1), 3–4. doi:<https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1618431>
- Gregory, A. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaign. 3rd Edition*. London: Kogan Page Limited. .
- Heryanto, G. G. (2011). Komunikasi Politik (1st ed.). *Lemlit UIN Jakarta*.
- Hollebeek, L. D. ((2019). Digital Content Marketing's Role in Fostering Consumer Engagement, Trust, and Value: Framework, Fundamental Propositions, and Implications.
- hu-pakuan.com. (2019). *Survey Membuktikan Hasil Program KANG PISMAN*. hu-pakuan.com.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi (1st ed.)*. Refika Aditama.
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi (1st ed.)*. PT Refika Aditama.
- Industri.co.id. (2021). *Dahsyat! Menperin Agus Beberkan MVA Indonesia Tembus USD281 Miliar, Terbesar di ASEAN! Malaysia Dkk Terpaksa 'Nangis Bombay'*.
- Kemenperin. (2017). *Indonesia Masuk Kategori Negara Industri*. Kemenperin.Go.Id.

- Kemenperin. (2018). *Pertumbuhan Nilai Tambah Manufaktur RI Tertinggi di ASEAN*.
- KLHK. (2018). *KLHK Jelaskan Penanganan Pencemaran Sungai Citarum, Cisadane dan Ciujung*. Ppid.Menlhk.Go.Id.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kumparan.com. (2020). *Pencemaran Sungai Citarum dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*.
Kumparan.com. Retrieved from <https://kumparan.com/zahra-fani-robyanti/pencemaran-sungai-citarum-dan-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-1urHoN1LdOb>
- Kusnandar, V. B. (2021a). *Distribusi 17 Sektor Utama Terhadap PDB Nasional (TW II-2021)*.
Databoks.Katadata.Co.Id.
- Kusnandar, V. B. (2021b). *Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Kecamatan (2020)*.
Databoks.Katadata.Co.Id.
- Kusnandar, V. B. (2022a). *Kepadatan Penduduk Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat (2021)*.
Databoks.Katadata.Co.Id.
- Kusnandar, V. B. (2022b). *Nilai PDB Indonesia Menurut Sektor, Industri Pengolahan Terbesar pada Kuartal I 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna (1st ed.)*. Kencana Prenada Media Group.
- LOCALISE SDGs, I. (2022). *Profil Daerah: Provinsi Jawa Barat*. Localisesdgs-Indonesia.Org.
Retrieved from <https://localisesdgs-indonesia.org/profil-tpb/profil-daerah/11>
- LOCALISE SDGs, I. (2023). *LOCALISE SDGs in Indonesia: Leadership, Ownership, and Capacities for Agenda 2030 Local Implementation and Stakeholders Empowerment*.
Localisesdgs-Indonesia.Org. Retrieved from <https://localisesdgs-indonesia.org/tentang-kami>
- Lubis. (2022). *What Do University Students Know About SDG4 Quality Education? A Case Study of Business Management Education at Telkom University Indonesia* .
- Lubis, P. &. (2022). *What Do University Students Know About SDG4 Quality Education? A Case Study of Business Management Education at Telkom University Indonesia*.
- Lubis, P. d. (2022). *What Do University Students Know About SDG4 Quality Education? A Case Study of Business Management Education at Telkom University Indonesia* .
- Lubis, R. (2016). *Pendidikan Entrepreneurship Di Perguruan Tinggi (Studi tentang Filosofi, Kebijakan, Strategi dan Program Pendidikan Entrepreneurship untuk Menciptakan Generasi Entrepreneur Masa Depan di Institut Teknologi Bandung, Universitas*

- Pendidikan Indonesia*. (<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.32734.46403>, Trans.) Univer. May.
- Lubis, R. L. (2014). STUDENTS' ENTREPRENEURIAL STRATEGY: CONNECTING MINDS? *International Journal of Arts & Sciences*, 545-568.
- Machidhar, A. S. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial YouTube sebagai media penyebaran informasi pada Channel YouTube Diskominfo Boyolali. *Solidaritas*, 6(1), 1–7.
- Mardikanto, T. (2009). *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Surakarta: UNS Press. Surakarta: UNS Press.
- Markley, M. J. (2007). Exploring future competitive advantage through sustainable supply chains. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. .
- Miles, M. B. (2014). *Qualitative data analysis a methods sourcebook* . 148.
- Miles, M. B. (2014). *Qualitative data analysis a methods sourcebook* (Vol. 148). SAGE Publications.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial : Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing : Antecedents and Consequenc-. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 187–196.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents Dan Consequences. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 187-196.
- Mukaromah. (2020). Strategi Menuju Kampus Berkelanjutan (Studi Kasus: Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret). *Jurnal Penataan Ruang*, 15(1).
- Musa, H. R. (2016). Analyzing the Effectiveness of Social Media Marketing. 4–10.
- Musyaroh. (n.d.). *KAMPANYE PERUBAHAN SOSIAL (Kesadaran Masyarakat, Aspek Perubahan Kognitif dan Prilaku)*.
- Muyasaroh. (2013). *KAMPANYE PERUBAHAN SOSIAL (Kesadaran Masyarakat, Aspek Perubahan Kognitif dan Prilaku)*.
- Naqiah, A. (2020). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Instagram Pada R _ Florist (Digital Marketing Implementation Using Instagram in R _ Florist). *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1, 378–384.

- Nikita, N. &. (2020). Impact of instagram and instagram influencers in purchase consideration in India. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(11), 68–86.
- Noberta. (2022). STRATEGI FORMULASI DIGITAL MARKETING PENGELOLAAN KEBUN HIDROPONIK (Studi Kasus Pada Blessing Farm di Kabupaten Bandung Barat).
- Octora, S. (2014). *Strategi kampanye Public Relations FEMINA Group dalam Membangun Kesadaran Publik Internasional (Studi Kasus Jakarta Fashion Week 2014 “Bringing Indonesia To The World”)*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Open Data, J. (2022). *Jumlah Unit Industri Kecil, Menengah dan Besar Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*.
- Paisol., B. (2016). *Patologi Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Pascasarjana Telkom University. (2023). *Sejarah Program Pascasarjana*.
- Pekpazar, A. K. (2021). Role of Instagram Addiction on Academic Performance among Turkish University Students: Mediating Effect of Procrastination. *Computers and Education Open*, 2, 100049. doi:<https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100049>
- Pemimpin.id. (2022). *Kenapa Sih Kita Harus Memaksimalkan Pentahelix?*
- Permana, I. (2017). Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa di Sekolah SMA Indonesia Raya Bandung. *Universitas Pasundan*.
- Postmes, T. S. (2001). Quality of decision making and group norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 913-930.
- Presisi, I. (2018). *Inovasi di Bandung*. Presisi-Indonesia.Com.
- Priadana, A. &. (2020). Analisis Waktu Terbaik untuk Menerbitkan Konten di Instagram untuk Menjangkau Audiens. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(1), 59–70. doi:<https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i1.118>
- Purwadi, M. (2020). *Ini 9 Universitas Terbaik Indonesia versi THE World University Rankings 2021*. Sindonews.com. Retrieved from <https://edukasi.sindonews.com/read/214074/211/ini-9-universitas-terbaik-indonesia-versi-the-world-university-rankings-2021-1604041852?showpage=all>
- Putra, I. &. (2020). Process of decisions making purchase online on Instagram social media. *International Journal of Business, Economics and Management*, 3(June), 165–171.
- Rajesham, C. H. (2019). Race : An effective CRM model for digital marketing. *I-Jim*, 5(4), 45–48.

- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As a Strategy To Improve Customer Satisfaction Core. *Cakrawala*, 10(2), 107–122.
- Rautela, S. (2021). Social Media for New Product Launch: A Study of Social Media Platforms Across the RACE Planning Framework. s., *International Journal of Interactive Mobile Technologie*, 15(5), 187–204. doi:<https://doi.org/10.3991/ijim.v15i05.18147>
- Ridwan. (2021). *Dahsyat! Menperin Agus Beberkan MVA Indonesia Tembus USD281 Miliar, Terbesar di ASEAN! Malaysia Dkk Terpaksa 'Nangis Bombay'*. Industry.co.id. Retrieved from <https://www.industry.co.id/read/93084/dahsyat-menperin-agus-beberkan-mva-indonesia-tembus-usd281-miliar-terbesar-di-asean-malaysia-dkk-terpaksa-nangis-bombay>
- Riston. (2019, May 24). *Bandung Kota Terbuka untuk Kaum Urban Selama Punya Kompetensi*. Tvberita.Co.Id.
- Rizaldi, A. &. (2020). Digital Marketing Communication Strategy. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 9(2), 57–66. doi:<https://doi.org/10.37715/jee.v9i2.1340>
- Rizki, E. &. (2018). Permasalahan sampah di Kota Bandung dalam tinjauan Sustainable Development Goals dan Dampak Ekologi yang ditimbulkan. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Ruslan. (2008). *Manajemen Public Relations dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi dan Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi (14th ed.)*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Saputra, D. .. (2021). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Penulis.
- Saraswati, D. A. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. doi:<https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>

- sdgs.bappenas.go.id. (2022). *11. Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan*. Sdgs.Bappenas.Go.Id. Retrieved from <https://sdgs.bappenas.go.id/tujuan-11/>
- sdgscenter.unhas.ac.id. (2019). *Bambang: Kampus Sangat Berperan dalam Mencapai TPB*.
- Sekaran, U. &. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*. John Wiley & Sons Ltd.
- Shamieh, B. &. (2020). The Influence of Social Media Applications on Youth Purchasing Decision at the University of Jordan. *The International Journal of Management Science and Business Administration*, 6(4), 30–41. doi:<https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.64.1003>
- Sheldon, K. (1996). The Social awareness inventory : Development and Application Personality and Social Psychoogy. *Bulletin*, 22, 620-634.
- Sheldon, K. (1996). The Social awareness inventory : Development and Application Personality and Social Psychoogy. *Bulletin*, 22, 620-634.
- Simbolon, H. S. (2022). *5 Alasan Bandung Cocok Jadi Destinasi Liburanmu*. Liputan6.Com.
- Sindonews.com. (2020). *Ini 9 Universitas Terbaik Indonesia versi THE World University Rankings 2021*. Sindonews.com.
- Sobarna, C. (2020a). Bandung Kota untuk Semua: Harapan dan tantangan yang selaras dengan sustainable development goals (SDGs). *METAHUMANIORA*, 10(3), 295–309.
- Sobarna, C. (2020b). Bandung Menuju Kota untuk Semua : Harapan dan Kenyataan yang Selaras dengan SDGs. *METAHUMANIORA*, 10(3), 295–309.
- Staniewski, M. &. (2022). The influence of Instagram on mental well-being and purchasing decisions in a pandemic. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121287. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121287>
- Sujawerni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Taan, H. L. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. doi:<https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Telkom University. (2023). *Akademik Universitas Telkom*. Retrieved from <https://telkomuniversity.ac.id/akademik/>
- Telkom University. (2023b). *S2 Manajemen*.

- Theresia, A. d. (2014). *Pembangunan Berbasis Masyarakat: Acuan bagi Praktisi, Akademis, dan Pemerhati Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tvberita.com. (2019). *Bandung Kota Terbuka untuk Kaum Urban Selama Punya Kompetensi*. Tvberita.com.
- UCLG ASPAC. (2021b). *Pembuatan Merchandise LOCALISE SDGs*. Uclg-Aspac.Org. Retrieved from https://uclg-aspac.org/wp-content/uploads/2021/02/006-CfA-Merchandise-Vendor-INA_ads.pdf
- UCLG, A. (2021a). *Pembuatan Merchandise LOCALISE SDGs Uclg-Aspac.Org*. Retrieved from <https://uclg-aspac.org/pembuatan-merchandise-localise-sdgs/>
- un.org. (2013). *Act for Our Common Future*. www.un.org.
- Wahyuningsih. (2017). Millenium Development Goals (Mdgs) Dan Sustainable Development Goals (Sdgs) Dalam Kesejahteraan Sosial. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(3), 390 - 399.
- Wamad, S. (2022a, September 17). *Membedah Memburuknya Kualitas Udara di Kota Bandung*. DetikJabar.
- Wamad, S. (2022b, November 1). *Kata DLHK soal Menumpuknya Sampah di Pasar Kota Bandung*. DetikJabar.
- Wamad, S. (2022c, November 1). *Pedagang Pasar di Bandung Keluhkan Sampah yang Menumpuk*. DetikJabar. Retrieved from <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6380909/pedagang-pasar-di-bandung-keluhkan-sampah-yang-menumpuk>
- Warouw, S. N. (2016). A Qualitative Study of Consumer Buying Behavior in Rural Area on Durable Goods at Kaneyan Village South Minahasa. *Emba*, 4(2), 343–352.
- Wibowo, S. (2016). *Bab II Gambaran Umum Kota Bandung*. DocPlayer.
- Widyastuti, S. (2019). Sebuah Sintesis Pada Literatur: Strategi Intervensi Pemasaran Hijau Menuju Pembangunan Berkelanjutan (A Synthesis of Literature: A Green Marketing Intervention Strategy towards Sustainable Development). *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(2), 83–94. doi:<https://doi.org/10.35592/jrb.v2i2.401>
- Wijaya, A. &. (2020). Effectiveness and Challenges of Social Media Marketing. 5(12), 844–849.
- Yogesh, F. &. (2014). Effect of Social Media on Purchase Decision. *Pacific Business Review International*, 6(11), 45–51.

Zunuha, A. Z. (2018). Permasalahan dan Pengelolaan Sampah Surabaya Tahun 2000-2015.
Universitas Negeri Surabaya.