

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. D. (2015). Pengaruh green marketing terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada konsumen non-member Tupperware di kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2).
- Anwar, Sanusi. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan ketujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Dimiyati, M., Kartikasari, M. D., & Sukarno, H. (2018). Pengaruh Green Marketing dan Pengetahuan Terhadap keputusan Pembelian dengan Mediasi minat Membeli konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Jember. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 5(2), 172-177.
- Harjati, L., Sabu, G., & Olivia, L. (2015). Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian the body shop. *E-journal Widya Ekonomika*, 1(1), 36785.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Pt. Indeks Jakarta.
- Kusnandar, D. L., & Rinandiyana, L. R. (2017). THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ON PURCHASE DECISION WITH BRAND IMAGE AS MEDIATE VARIABLE. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 7(1).
- Kusuma, E. I., Surya, D., & Suhendra, I. (2017). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN PENGETAHUAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1).
- Nugraha, R., Indrawati, I., & Djatmiko, T. (2017). Pengaruh Faktor–Faktor Pemasaran Hijau Terhadap Minat Beli (studi Pada Pelanggan Ikea). *eProceedings of Management*, 4(3).
- Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen

The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*,  
43(1), 121-131.

<http://www.thebodyshop.co.id/>

<https://www.thebodyshop.co.id/lyb-new-club>

<https://nururbintari.wordpress.com>