

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, D., Othman, N., & Mohammed, H. (2020). The awareness of environmentally friendly products: The impact of green advertising and green. *GrowingScience*.
- Arwidson, Y. (2020). Digital Public Relations in the Swedish. *UPPSALA UNIVERSITET*.
- Asnawi, A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohamad, M., & Karim, F. (2019). The influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and loyalty . *Management Science Letters* 9 (2019) 911–920.
- Avoskin, E. (2022). *Mengenal Green Beauty, Tren yang Patut Kamu Coba*. Retrieved from Blog Avoskin Beauty.com:
<https://blog.avoskinbeauty.com/mengenal-green-beauty/>
- Awang, Z. (2014). Analyzing The Mediating Variable in a Model. *ResearchGate*.
- Bashir, S., Khwaja, M. G., Rashid, Y., Turi, J., & Waheed, T. (2020). Green Brand Benefits and Brand. *SAGE Open*.
- Biliam, V. (2021). *Pengaruh Electronic Word-of-Mouth tentang Crowdfunding Masamba terhadap Minat Berdonasi Dimediasi oleh Sikap Berdonasi*. UMN Knowledge Center.
- Chen, Y., Hung, Wang, Huang, & Liao. (2017). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *J Bus Ethics*.
- de Leaniz, P., Crespo, Á. H., & López, R. G. (2017). Customer responses to environmentally certified hotels: the moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 1747.
- Dharma, Jadmiko, & Azliyanti. (2020). *aplikasi spss dalam analisis multivariates*. LPPM Universitas Bung Hatta.
- Dharma, S., Jadmiko, P., & Azliyanti, E. (2020). *Aplikasi SPSS Dalam Analisis Multivariates*. Padang: LPPM Universitas Bung Hatta.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal Varian*, 2018.
- Font, X., & Lynes, J. (2019). Corporate Social Responsibility for Sustainable Tourism. *Routledge*.

- Ghozali. (2014). *Applikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. In I. Ghozali. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8)*.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen* . Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hussain, K., & Waheed, A. (2016). Building green brand relations: The role of green brand image as significant driver. *ResearchGate*.
- Imron. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*.
- Jamanti, R. (2014). Pengaruh Berita Banjir Di Koran Kaltim Terhadap Kesadaran Lingkungan Masyarakat Kelurahan Temindung Permai Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Junita, I., & Tamburian, D. (2020). Digital Public Relations Campaign in Developing the Image of the Indonesian Solidarity Party (PSI). *Atlantis Press.com*.
- Katadata Insight Center. (2021). *Produk Ramah Lingkungan Mulai Banyak Dilirik Masyarakat, Apa Saja Alasannya?* Retrieved from Berbagai Alasan Konsumen Membeli Produk Ramah Lingkungan (%): <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/23/produk-ramah-lingkungan-mulai-banyak-dilirik-masyarakat-apa-saja-alasannya>
- Komala, R., & Nellyaningsih. (2017). TINJAUAN IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING PADA PT. ASTRA INTERNASIONAL. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017*.
- Krishna, A., & Semuel, H. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Krisnanda, N., & Nurcaya, I. (2019). PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DAN NIAT BELI PRODUK LAMPU LED PHILIPS DI KOTA DENPASAR . *E-Jurnal Manajemen Vol. 8 No. 2*.
- Kumparan.com, Mela. (2021). *3 Komitmen Avoskin untuk Lingkungan melalui Kampanye #LoveAvoskinLoveEarth*. Retrieved from KumparanWoman:

- <https://kumparan.com/kumparanwoman/3-komitmen-avoskin-untuk-lingkungan-melalui-kampanye-loveavoskinloveearth-1wO2I2gixPM/full>
- Larasati, Q., Wisnalmawati, & Sugandini, D. (2021). Peran Mediasi Brand Image Pada Green Promotion, Environmental. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, Vol. 5 No. 1, 61.
- Lauwrensia, A. (2021). *Pengaruh Green Storytelling Marketing #CeritaKompos terhadap Keputusan Pembelian Produk Komposter Dimediasi Kesadaran Lingkungan*. Tangerang: UMN Knowledge Center.
- Lauwrensia, A., & Ariestya, A. (2022). *ejournal unitomo*.
- Lauwrensia, A., & Ariestya, A. (2022). Green storytelling marketing influencing consumer purchase decisiooun. *ejournal unitomo*.
- Lestari, D. (2019). PENGARUH PESAN KAMPANYE #GenZHeTikYuk! TERHADAP SIKAP RAMAH. *JOM FISIP* Vol. 6: Edisi II Juli – Desember 2019, 2.
- Maharani, Y. D. (2020). *PENGARUH GREEN BRAND IMAGE, ECO – LABEL, DAN GREEN*. Retrieved from Lib.Unnes: <http://lib.unnes.ac.id/41248/1/7311415089.pdf>
- Malhotra, N. (2017). *Marketing Research: An Applied Orientation*. London: Pearson Education Limited.
- Margareth, Y. (2017). *PENGARUH PROFESIONALISME DAN KOMITMEN ORGANISASI INTERNAL AUDIT TERHADAP TINDAKAN WHISTLEBLOWING (Survey Pada Dua Perusahaan BUMN di Kota Bandung)*.
- Nawawi, H. (2012). *Manajemen Sumber Daya manusia untuk bisnis yang kompetitif*. Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Octaviana, V., & Susilo, D. (2021). impact of @RaikuBeauty instagram campaign content on brand image. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 270 - 284.
- Pezzullo, P. C., & Cox, J. R. (2017). *Environmental Communication and the Public Sphere* (5th ed.). Los Angeles, California: SAGE Publications, Inc.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Rajawali Pers.
- Gregory, Anne.
- Suara.com, Bimo A. (2021). *Survei: 73 Persen Konsumen Siap Beralih ke Produk Kecantikan Ramah Lingkungan*. Retrieved from Suara.com/ Lifestyle: <https://www.suara.com/lifestyle/2021/07/28/160000/survei-73-persen-konsumen-siap-beralih-ke-produk-kecantikan-ramah-lingkungan>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). PENGARUH PESAN KAMPANYE NO STRAW MOVEMENT DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SIKAP PUBLIK. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 17 - 26.
- Ulfa, S., & Idris, S. (2019). PENGARUH PERSEPSI EKSTERNAL PRESTISE TERHADAP. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Mulyadi Cetakan Kedua.
- Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Widana, I., & Muliani, N. (2020). Uji Persyaratan Analisis. *Repo Mahadewa*.

