

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2011). *Komunikasi politik filsafat-paradigma-teori-tujuan-strategi dan komunikasi politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bajari, A. (2015). *Metode penelitian komunikasi - prosedur, tren dan etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali pers.
- Fuad, A., Nugroho, K. S. (2014). *Panduan praktis penelitian kualitatif*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Hidayat, D. R. (2011). *Teori dan aplikasi psikologi kepribadian dalam konseling*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu komunikasi*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Poerwanto., Sukirno, Z. L. (2014). *Komunikasi bisnis perspektif konseptual dan kultural*. Yogyakarta: PUSTAKA BELAJAR.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Rakhmat, J., Ibrahim, I. S. (2016). *Metode penelitian komunikasi dilengkapi contoh analisis statistik dan penafsirannya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soemanagara, Rd. (2016). *Strategic marketing communication konsep strategis dan terapan*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Suryana. (2010). *Metodologi penelitian model praktis penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia Press.

Suryanto. (2015). *Pengantar ilmu komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Sumber lain:

Artikel Jurnal

Ainiyah, Q. (2017). Social learning theory dan perilaku agresif anak dalam keluarga. *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, 2 (1), 92-104.

Hanifah, A. D., Arifin, Z., Hidayat, K. (2016). Pengaruh bauran pemasaran berwawasan green marketing terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli yang menghuni perumahan Ijen Nirwana Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32 (2), 23-32.

Marhadi, Ayu, N., Noviasari, H. (2013). Pengaruh strategi green marketing pada bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah di perumahan Pt. Astra Karya Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 21 (03), 1-15.

Polonsky dan Michachel, J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronical Green Journal*, 1 (2), 1-11.

Septifani, R., Achmadi, F., Santoso, I. (2014). Pengaruh green marketing, pengetahuan dan minat membeli terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13 (2), 201-218.

Soemantri, G. R. (2005). Memahami metode kualitatif. *Makara, Sosial Humaniora*, 9 (2), 57-65.

Sulaiman. (2018). Paradigma dalam penelitian hukum. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 20 (2), 256-272.

Susetyarsi, T. H. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, entuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Mizone di kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4 (3), 19-28.

Tarsono. (2010). Implikasi teori belajar sosial (social learning theory) dari Albert Bandura dalam bimbingan dan konseling. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 3 (1), 29-36.

Yeng, F. W., Yazdanifard, R. (2015). Green marketing: a study of consumers' buying behavior in relation to green products. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 15 (5), 17-23.

Web

OrganiCup. (2018, May 8). *Welcome to the new period*. Retrieved 16 September 2018, from OrganiCup Corporation Web site: <https://www.organicup.com>.

Sasetyaningtyas, D. (2018, August 25). *3 Alasan kenapa kita harus berhenti menggunakan pembalut sekali pakai*. Retrieved 16 September 2018, from Sustaination: Zero Waste & Beyond: <https://www.sustanation.id>.

