

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., Shad, F. S., Sharbiyani, A. A. A. & Morad, A. P., 2013. Studying The Effect of Green Marketing Mix on Market Share Increase. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 2(3), pp. 641-653.
- Arifin, B. & Soebekty, L. P., 2020. *Mozaik Pemikiran PERHEPI Menuju Pertanian Masa Depan*. 1 ed. Bogor: IPB Press.
- Arisyi, D. F. & Engriani, Y., 2019. Pengaruh Faktor Personal dan Attitude Terhadap Green Consumer Behavior Produk LGGreen Health Pada Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1), pp. 83-95.
- Chary, S. N., 2019. *Production and Operations Management*. 6 ed. India: McGraw Hill Education.
- Chen, Y. -S., 2010. The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), pp. 307-19.
- Dangelico, R. M. & Vocalelli, D., 2017. "Green Marketing": an Analysis of Definitions, Strategy Steps, and Tools Through a Systematic Review of The Literature. *Journal of Cleaner Production*, Volume 165, pp. 1263-1279.
- Das, A. & Basu, T., 2020. Assessment of Peri-Urban Wetland Ecological Degradation Through Importance-Performance Analysis (IPA): A Study On Chatra Wetland, India. *Journal of Ecological Indicators*, 114(106274).
- Endar, S. & Sulartiningrum, S., 1996. *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*. 1 ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Esmailpour, J., Aghabayk, K., Vajari, M. A. & Gruyter, C. D., 2020. Importance – Performance Analysis (IPA) of Bus Service Attributes: A Case Study In a Developing Country. *Journal of Transportation Research*, Volume 142, pp. 129-150.
- Febrianty & Fatmariansi, 2019. *Geliat Greenpreneur (Wirausaha Ramah Lingkungan)*. 1 ed. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Gaspersz, 2005. *Total Quality Management*. 1 ed. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hakim, L. N., 2020. Urgensi Revisi Undang-Undang tentang Kesejahteraan Lanjut Usia. *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 1(11), pp. 43-55.
- Handayani, J., Derriawan & Hendratni, T. W., 2020. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Shopping Goods. *Journal of Business and Banking*, 1(10), pp. 91-103.

- Herlambang, S. & Subiyantoro, A., 2021. Analisa Kepuasan Konsumen Waroeng Spesial Sambal “SS” Jalan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal OPTIMAL*, 18(2), pp. 105-128.
- Herlyana, E., 2012. Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Thaqaifiyyat*, 13(1), pp. 187-204.
- Hidayat, A., 2007. *Strategi Six Sigma : Peta Pengembangan Kualitas dan Kinerja Bisnis*. 1 ed. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hidayati, A. et al., 2021. *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Teoritik*. 1 ed. Jakarta: Cipta Media Nusantara.
- Kementerian Lingkungan Hidup, 2020. *KLHK: Indonesia Memasuki Era Baru Pengelolaan Sampah*. [Online] Available at: [https://www.menlhk.go.id/site/single\\_post/2753](https://www.menlhk.go.id/site/single_post/2753) [Accessed 4 Maret 2022].
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2007. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Yogyakarta: PT Indeks.
- Kristanto, V. H., 2018. *Metodologi Penelitian*. 1 ed. Yogyakarta: Deepublish.
- Kusumo, P. A. & Sofyan, S., 2016. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode IPA (Importance-Performance Analysis) Pada AHASS 01108 Anugrah Jaya Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1(5), pp. 1-14.
- Levenburg, N. M. & Magal, S. R., 2005. Applying Importance-Performance Analysis to Evaluate E-Business Strategies Among Small Firms. *e-Service Journal*, 3(3), pp. 29-105.
- Luo, Y. F., Yang, S. C. & Kang, S., 2022. New Media Literacy and News Trustworthiness: An Application of Importance–Performance Analysis. *Journal of Computers & Education*, pp. 1-15.
- Mahmoud, T. O., 2019. Green Marketing: A Marketing Mix concept. *International Journal of Electrical*, 4(1), pp. 20-26.
- Morissan, 2012. *Metode Penelitian Survei : Edisi Pertama*. 1 ed. Jakarta: Kencana.
- Muniarty, P. et al., 2022. *Manajemen Pemasaran*. 1 ed. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Neviana, 2010. *Triple Bottom Line: Lebih dari Sekadar Profit*. [Online] Available at: <https://swa.co.id/swa/my-article/triple-bottom-line-lebih-dari-sekadar-profit> [Accessed 4 4 2022].

- Nunnally, B. I., 1994. *Psychometric Theory, Edisi ke 3*. 3 ed. New York: McGraw Hill.
- Olarewaju, O. M. & Ganiyu, I. O., 2021. *Handbook of Research on Climate Change and The Sustainable Financial Sector*. 1st ed. USA: IGI Global.
- Pamungkas, R. A. et al., 2019. Analisis Kualitas Website SMK Negeri 2 Sragen dengan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA). *jurnal Media Informatika Budidarma*, 3(1), pp. 17-21.
- Putri, L. M. & Supriyanto, S., 2016. Analisis Kesenjangan Pelayanan Pada Pasien Poliklinik Rawat Jalan Menggunakan Customer Window. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 4(2), pp. 117-125.
- Rahmawati, D. H., Rachmawati, F. & Saifuddin, W., 2021. Green Integrated Marketing Communication Starbucks (Studi Kasus Pada Program Bring Your Own Tumblr). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), pp. 15-31.
- Rasmikayati, E., Afriyanti, S. & Saefudin, B. R., 2020. Keragaan, Potensi dan Kendala Pada Usaha Kedai Kopi di Jatinangor. *Agritech (Jurnal Agribisnis dan Teknologi Pangan)*, 1(1), pp. 26-45.
- Rozati, M. A., 2021. *Starbucks Miliki 32,8 Ribu Gerai Resmi di Seluruh Dunia, Terbanyak di AS*. [Online] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/starbucks-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as> [Accessed 1 Agustus 2022].
- Santosa, H., 2018. *Pencitraan Visual Kawasan Urban : Teori, Strategi, dan Perencanaan Landscape Visual Planning System*. 1 ed. Malang: Media Nusa Creative.
- Sari, F., 2018. *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*. 1 ed. Yogyakarta: Deepublish.
- Satrio, D., Yunitarini, S. & Rizqiani, N., 2021. Application Of Green Marketing Mix of Beauty Products on Sales Through Purchase Decisions As Intervening Variable. *Asian Management and Business Review*, 1(2), pp. 81-94.
- Silvia, F., H, A. F. D. & Kusumawati, A., 2014. Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), pp. 1-9.
- Sousa, B. M. b. d., 2020. Green Consumer Behavior and Its Implications on Brand Marketing Strategy. pp. 69-95.

- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Suhendra, A. & Prasetyanto, D., 2016. Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 2(2), pp. 59-70.
- Sujalu, A. P., Latif, I. N., Bakrie, I. & Milasari, L. A., 2021. *Statistik Ekonomi 1*. 1 ed. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Sukatmadiredja, N. R., 2016. analisa perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(1), pp. 340-354.
- Susilo, D., 2014. Analisis Program Corporate Social Marketing, Pengetahuan Konsumen dan Reputasi Perusahaan Dalam Menciptakan Green Consumerism (Program Tumbler Starbuck on The Go). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), pp. 9-16.
- Tantri, A. P. & Widiastuti, T., 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kosmetik Candra Semarang. *Jurnal Fokus Eknonomi*, 8(1), pp. 60-71.
- Utami , K. S., 2020. Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Maksipreneur*, 9(2), pp. 209-224.
- Windiana, L., Bakhtiar, A., Kurniasih, V. R. & Basamah, S., 2020. The Effect of Green Marketing toward the Consumers Buying Interest of Starbucks Coffee Mediated By Brand Image. *HABITAT*, 1(31), pp. 36-41.
- Wongleedee, K., 2015. Marketing Mix and Purchasing Behavior for Community Products at Traditional Markets. *Social and Behavioral Sciences*, Volume 197, p. 2080 – 2085.