

DAFTAR PUSTAKA

- “PT Unilever Indonesia” Industrial Tourism World, diakses pada tanggal 3 Juni, 2022. <https://www.industrial-tourism.com/industrial/pt-unilever-indonesia-walls-ice-cream-factory/>
- Aida, Nur. “Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap *Brand Equity* dan Dampaknya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah.” *Jurnal Economic* 2, no.1 (2018), 5.
- Benowati, Silvia Gustina dan Tiurniari Purba. “Pengaruh Citra Merek Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle* 1, no. 2 (2020): 361-362.
- Budiono, Bernard. “Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk: Studi Kasus Minat Beli Produk Telkom Flexi.” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* 3, no. 2 (2004): 36.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Peneletian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014).
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: Asy Syifa, 1999.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*. Bandung: Diponegoro, 2010.
- Eliasari, Putu Ratih Arta dan I Putu Gede Sukaatmaja. “Pengaruh *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* dimediasi Oleh *Perceived Quality* dan *Brand Loyalty*.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 6 no. 12 (2017): 6625.
- Engel, James F. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 2*(Jakarta:Binarupa Aksara, 1995).
- Febriani, Stevany. “Pengaruh *Green Marketing Mix* Terhadap *Green Product Purchase Intention* Pada Produk Innisfree Di Jakarta Dengan *Consumer's Attitude* Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 3, no.1 (2019): 50.
- Fenetta, Alexandra. “Pengaruh *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention: Brand Loyalty* sebagai Variabel Mediasi.” *Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 4, no. 6 (2020): 271.

- Firmansyah, M. Anang *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Startegy)*. Surabaya : Penerbit Qiara Media, 2019.
- Fitria, Zyaul, Nevi Hasnita, Jalaluddin. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Konsumen Remaja Banda Aceh dalam Perspektif Ekonomi Syariah.” *Ekobis* 2, no. 1 (2018): 35.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1995.
- Kurniawan, Henricus Ari dan Farida Indriani, “Pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived Quality*, dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* pada Motor Kawaski Ninja 250 FI di Kota Semarang,” *Diponegoro Journal Of Management* 7, no. 4 (2018):5.
- Laporan Keuangan PT Unilever.
<https://www.unilever.co.id/hubungan-investor/publikasi-perusahaan/laporan-keuangan/>
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Media Ilmu Press, 2009.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Prabandari, Ni Putu A. V. dan I Gusti A Ketut Gede S. “Pengaruh *Green Marketing* dan *Service Value* terhadap *Impulsive Buying* pada Manic Organik Restaurant di Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 5 no. 4 (2016): 2175.
- Pratama, Riza dan Luthfi Parindduri. “Penanggulangan Pemanasan Global.” *Buletin Utama Teknik* 15, no. 1 (2019): 91.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- Rangkuti, Freddy. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Ricky dan Chairy. “Pengaruh *Product Involvement*, *Milk Knowledge*, dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention*.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 3, no.7 (2019): 25.
- Rois, Dimas Ilham Nur, Aji Yudha, Yuli Rika Riftian. “Analisis Pengaruh *Brand Association*, *Brand Awareness*, *Price*, dan *Role Model* terhadap *Purchase Intention*.” *Edunomika* 4 no 1 (2020): 327.
- Saputri, Andhini Wulan. “Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand*

- Image dan Media Komunikasi terhadap Keputusan Pembelian pada Jaringan 4G LTE PT. Telkomsel.* Skripsi, Universitas Pancasila Jakarta, 2017.
- Setyaningrum, A., J Udaya, Efendi. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Yogyakarta: Andi, 2015.
- Setyaningrum, Ayu dan Putu Nina Madiawati. “Green Marketing Terhadap *Brand Image* Produk Lampu Led Philips Di Kota Bandung.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, no.2 (2017): 166.
- Silaban, Bernard E. dan Emanuella Annastasia. “Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Gaya Hidup & Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Jakarta.” *Esensi Jurnal Manajemen Bisnis* 22 no. 2 (2019): 95.
- Situmorang, Parluhutan. “Tantangan Unilever Belum Berakhir” *Investor.id*, 26 Juni, 2021. <https://investor.id/market-and-corporate/253129/tantangan-unilever-belum-berakhir>
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Stanton, William J *Fundamentals Of Marketing*. Singapore: Graw Hill International, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2009.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Sukotjo, Hendri dan Sumanto Radix A. “Analisa Marketing Mix 7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya.” *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 1 no. 2 (2010): 217.
- Sundjaya, Reinaldo Julian. “Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever.” Undergraduate Thesis, Universitas Kristen Maranatha, 2017.
- Susanti, Retno dan Suprihatmi Sri Wardiningsih. “Pengaruh *Celebrity Endorser* dalam Memperkuat pengaruh *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention*.” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 14, no. 1 (2014): 45.
- Tirtayani, I Gusti Ayu Ni Wayan Ekawati, Ni Nyoman Kerti Yasa. “Peran *Perceived Value* dalam Memediasi Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Purchase Intention*.” *Forum*

- Manajemen* 14, no. 2 (2016): 3.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian Akuntasni Keperilakuan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Viopradina, Yenvisanya dan Sesilya Kempa. “Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Value*, *Brand Personality*, *Organizational Association*, dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* pada Aplikasi Belanja Online.” *Agora* 9, no. 1 (2021): 1.
- Wahid, Umaimah dan Anggun Eka Puspita. “Upaya Peningkatan *Brand Awareness* PT. Gojek Indonesia Melalui Aktivitas *Marketing Public Relations*.” *Komunikasi* 9 no.1 (2017): 34.
- Widokarti, Joko Rizkie dan Donni Juni Priansa. *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Pustaka Setia, 2019.
- Wijaya, Steeven H. “Pengaruh *Customer Perceived Value*, *Brand Awareness*, dan *Store Atmosphere* terhadap *Customer Purchase Intention* Koi Thé Bubble Tea di Tunjungan Plaza Surabaya.” *AGORA* 7, no. 2 (2019): 1.
- Yosephine, Maria dan Dewi Hayu Agustini. *Green Marketing* (Mauritius: LAP Lambert Academic Publishing, 2019).
- Zulganef. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Expert, 2018.