

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amane, A. D. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Bidang Ilmu Sosial*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia .
- Arif, A. R. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suratnoaji, N. Y. (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data* . Purwokerto, Banyumas: SASANTI INSTITUTE.
- Dasih, D. I. (2024). *Komunikasi Antar Budaya Pura Dalem Solo: Sejarah Latar Belakang, Pola, dan Pengaruhnya* . Padang: Mafy Media Literasi Indonesia .
- Dilapanga, D. A. (2021). *Perilaku Organisasi*. Sleman, Yogyakarta: Deepublish.
- Dr. Umar Sidiq, D. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo : CV. Nata Karya.
- Faustyna, D. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)* . Medan: UMSU Press.
- Feny Rita Fiantika, M. W. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi .
- John W. Creswell, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. SAGE. New York.
- Febriani, N. W. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital Beserta Studi Kasus*. Malang, Indonesia: UB Press.
- Nursapia, H. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Panuju, D. R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Siska, A. Y. (2023). *Perilaku Konsumen*. Badung: Intelektual Manifes Media.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.

Jurnal

- Ade Lia, I. H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* .
- Afiatun, A. S. (2017). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Rajut (Studi Kasus Pada CV. Sinar Agung). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.
- Ahadiyanto, N. (2021). Psikologi Perkembangan Dewasa dan Lanjut Usia. *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember*.
- Junaidi, A. B. S. (2022). Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim . *Koneksi*.

- Amalia, D. A. (2017). Persepsi Konsumen pada Sosialisasi Program CSR Water for Change Starbucks Indonesia. *Telkom University* .
- Arif, A. R. (2020). Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Asrori, H. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye #RebutKembaliPalestina Terhadap Sikap Mendukung Pengikut Instagram (Studi pada Aksi Cepat Tanggap (ACT) Cabang Lampung) . *Universitas Lampung* .
- Atalia, I. (2019). *Ternyata Jadi YouTuber Itu Mudah!* . Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Dewi, Y. A. (2019). Analisa Persepsi Konsumen dan Brand Awareness terhadap Peningkatan Penjualan Online Al Zena Scarf Bandung. *Politeknik LP3I Bandung*.
- Jamaludin. (2021). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dalam Menonton Tayangan Liga Paranormal di Trans TV . *Universitas Islam Riau*.
- Maheswari, E. S. (2023). Penggunaan Media Instagram dalam Kampanye Pengurangan Sampah Plastik: Studi Pustaka Artikel Ilmiah Periode 2019-2022. *Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya*.
- Kartini, J. S. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*.
- Kerenhapukh, G. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk @camille.beauty Melalui Media Instagram Dalam Membangun Brand Awareness. *Universitas Kristen Satya Wacana*.
- Hanief, N. S. (2019). Kampanye Lingkungan Hidup Forum Komunitas Hijau dalam Pelestarian Alam di Kota Banjarmasin . *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*.
- Lelawati, N. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Green Marketing Starbucks Mall Boemi Kedaton Lampung . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Lestari, E. D. (2022). Analisis Kampanye Public Relations The Body Shop : Keren Tanpa Nyampah . *Telkom University*.
- Mahardhika, D. (2015). Persepsi Konsumen Terhadap Kampanye Lingkungan dan Kampanye Sosial Yang Dilakukan The Body Shop . *Universitas Brawijaya*.
- Mailinda, M. F. (2023) . Pengaruh Pesan Kampanye #LoveAvoskinLoveEarth di Instagram @avoskinbeauty Terhadap Brand Image Avoskin . *Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan*.
- Maulana Rifky Stansyah, M. T. (2023). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Maulidia, A. N. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Avoskin Beauty di Kota Malang . *Universitas Islam Negeri (UIN)*.
- Nanda, R. M. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel di Kota Pekanbaru . *Universitas Islam Riau* .

Puspita. (2017). Investigasi Keinginan Konsumen Wanita Membeli Produk Green Skincare dengan Model Pro-Environmental Planned Behavior. *Sains dan Seni ITS*.

Damayanti, S. K. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sikap Peduli Lingkungan. *IKRAITH-HUMANIORA*.

Andini, W. D. F. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif . *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*.

Zahra, S. R. (2022). Memprediksi Niat Beli Konsumen pada Produk Hijau: dengan Menggunakan TPB dan Kesadaran Lingkungan (Studi Kasus pada Produk Kecantikan Hijau Avoskin). *IRWNS*.

Sumber Daring

Ayuning, D. (2023, September 4). *5 Brand Skincare Daur Ulang Kemasan, Membanggakan!* Retrieved from IDN Times Jogja : <https://jogja.idntimes.com/life/inspiration/delvi-a/5-brand-skincare-daur-ulang-kemasan-membanggakan-c1c2?page=all>

Avissa Harness, F. S. (2022, Juli 25). *KumparanWoman* . Retrieved from Beauty Changemakers : 4 Brand Kecantikan Hadirkan Perubahan untuk Lingkungan : <https://m.kumparan.com/kumparanwoman/beauty-changemakers-4-brand-kecantikan-hadirkan-perubahan-untuk-lingkungan-1yWyDHXYsxy/full>

Beauty, A. (2020). Retrieved from <https://www.avoskinbeautv.com/about-us>
Eirin, G. (2022, September Senin). Apa Manfaat Melakukan Kampanye Peduli Lingkungan? Materi Kelas 4 SD Tema 2. pp. <https://bobo.grid.id/read/083472941/apa-manfaat-melakukan-kampanye-peduli-lingkungan-materi-kelas-4-sd-tema-2?page=all>.

Fikriansyah, I. (2023, Februari 16). *Memahami Paradigma dari Pengertian, Jenis, dan Contohnya* . Retrieved from detikbali: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6572319/memahami-paradigma-dari-pengertian-jenis-dan-contohnya>

Frisca, F. (2017, Februari 10). *FImela.com*. Retrieved from Eksklusif Anugrah Pakerti, Pebisnis Muda yang Mengerti Wanita: <https://www.fimela.com/lifestyle/read/2851681/eksklusif-anugrah-pakerti-pebisnis-muda-yang-mengerti-wanita>

Handayani, I. (2021, Juni 11). Retrieved from <https://investor.id/lifestyle/251356/kepedulian-masyarakat-produk-ramah-lingkungan-naik-112>

Pahlepi, R. D. (2022, November 24). *Data Primer : Pengertian, Fungsi, Contoh, dan Cara Mendapatkannya*. Retrieved from detikbali: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6422332/data-primer-pengertian-fungsi-contoh-dan-cara-mendapatkannya/amp>

Sartika, R. E. (2019, Mei 23). *Penemuan yang Mengubah Dunia : Media Sosial, Kenapa Bikin Panik saat Diblokir?* . Retrieved from Kompas.com : <https://sains.kompas.com/read/2019/05/23/220400623/penemuan-yang-mengubah-dunia--media-sosial-kenapa-bikin-panik-saat-diblokir-?page=all>

San, L. (2022, September 21). *Persepsi sebagai Inti Komunikasi* . Retrieved from Kompas.com : <https://www.kompas.com/skola/read/2022/09/21/143000169/persepsi-sebagai-inti-komunikasi?page=2>

Vidita. (2023, Mei 4). *Cerita Awal Lahirnya Instagram* . Retrieved from Republika : <https://digitaldonat.republika.co.id/digitalnote/amp/1752938081/Cerita-Awal-Lahirnya-Instagram>

WeCare.id. (2023, February 28). *Indonesia Penyumbang Sampah Plastik Ke-2 di Dunia* . Retrieved from <https://blog.wecare.id/2023/02/indonesia-penyumbang-sampah-plastik-ke-2-di-dunia/>