

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. (2015). Pengaruh Green Marketing terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Arado, J. P. (2019, April 13). Retrieved from SunStar / Davao: sunstar.com.ph/article/1801470/davao/lifestyle/responsible-fashion
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta .
- Arseculeratne, D., & Y. R. (2014). How Green Marketing Can Create A Sustainable Competitive Advantage for a Business. *Research Gate*.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media kita.
- Bachri, B. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 46-62.
- Bazaar, H. (2021, Mei 2). Retrieved from Harper's Bazaar: harpersbazaar.co.id/tag?tag=%20imaji%20studio
- Berlo, D., & Ezi Hendri. (2019). *Komunikasi Persuasif. Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Black, S. (2013). *The Sustainable Fashion Handbook* . Thames & Hudson Ltd .
- Bobbit, R., & S. R. (2014). *Developing the Public Relations Campaign*. London, United Kingdom: Pearson.
- Burns, & Grove. (2014). *Understanding Nursing Research : Building an evidence based practice*. Philadelphia: WB Saunders Company.
- Cahyadi, Y. (2016). Kajian Komparatif Penerapan Green Campaign Di Asia Tenggara. .
- Cangara, H. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Carson, R. (1962). *Silent Spring* . United States: Houghton Mifflin Harcourt.
- Creswell, J. W. (2012). *Research design, penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cross, M. (2013). *Social Media Security*. United States: McGraw Hill Companies.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group .
- Edi, F. R. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gass, R. H., & S, S. J. (2018). *Persuasion, Social Influence, and Compliance Gaining* . Routledge.
- Gatra. (2019, Juli 24). Retrieved from Gatra.com: gatra.com/detail/news/432112/teknologi/mengenal-lenzing-produsen-serat-bahan-tekstil
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, dimensi, indikator, dan implementasi*. Jogjakarta: Java Media .
- Howard, P. N., & P. M. (2012). Social Media and Political Change : Capacity , Constraint and Consequence. *Journal of Communication*.

- Indonesia, Z. W. (2019). Retrieved from Zerowaste.id: <https://zerowaste.id/zero-waste-fashion/apa-itu-fesyen-berkelanjutan-sustainable-fashion/>
- Jackson, A. (2017). Introduction to Modern Business. *Journal of Asian Studies*.
- Jalaludin, R. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kaplan, A., & H. M. (2010). Users of the world, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizon*.
- Kotler, P., & K. K. (2012). *Marketing Management*. America, United States: Pearson.
- Kotler, P., & K. K. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kriyatono, R. (2012). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Citra Aditya Bakti.
- Laswell, H., & Ezi Hendri. (2019). *Komunikasi Persuasif. Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Magazine, D. (2021, Oktober 4). Retrieved from Dewi Magazine: dewimagazine.com/news/kolaborasi-asia-pacific-rayon-dan-imaji-studio-usung-restorasi-ekosistem-iau-di-koleksi-terbaru
- Manongko, A. A. (2011). Green Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli Produk Organik.
- Martha, E., & K. S. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Bidang Kesehatan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Mayfield, A. (2011). *What is social media?* United Kingdom: ICrossing (2008).
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif - cetakan ke 36*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Na, Y., & N. D. (2015). Investigating the sustainability of the Korean textile and fashion industry. *International Journal of Clothing Science and Technology*, 23-33.
- Nassaji, H. (2015). Qualitative and descriptive research : data type versus analysis.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia .
- Neighbourlist. (2016, Agustus 23). Retrieved from neighbourlist.com/2016/08/imaji-studio-collaborate-lovethread-co-fashionforgood-movement/
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi : Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Partikelir, S. (2020). Retrieved from Siasat Partikelir: siasatpartikelir.com/sebuah-kolaborasi-dari-sulla-home-x-imaji-studio/
- Perloff, & E. H. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, & Mahfud. (2012). *Komunikasi Islam I (perspektif integrasi - interkoneksi)*. Yogyakarta: Galuh Patria.
- Riyanto, Y. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: SIC.

- Ruslan, R. (2011). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sauter, V. L. (2010). *Decision Support Systems for Business Intelligence, Second edition*. New Jersey: Wiley.
- Soemirat, S., & S. A. (2016). *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Studio, I. (2015). Retrieved from IMAJI Studio: Imajistudio.co
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye : panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media .
- Youngjoo Na, D. K. (2015). Investigating the Sustainability of the Korean textile and fashion industry. *International Journal of Clothing Science and Technology*, 23-33.
- Zain, N. L. (2017). Strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. *Jurnal Nomosleca*, 10.

