

DAFTAR PUSTAKA

- Asrianti, S. (2017, August 25). *Bahaya Tersembunyi Botol Plastik Air Mineral Kemasan*. Retrieved from Republika:
<https://republika.co.id/berita/ov7zyt/bahaya-tersembunyi-botol-plastik-air-mineral-kemasan>
- CreoHouse. (2016, November 09). *Macam - Macam Media Iklan Untuk Promosi Bisnis*. Retrieved from CreoHouse: <https://www.creohouse.co.id/macam-macam-media-iklan-untuk-promosi-bisnis/>
- Das, P. (2019, August 28). *What Is A Green Product?* Retrieved from Feedough:
<https://www.feedough.com/green-product/>
- Haku. (2020). *Haku*. Retrieved from Instagram:
https://www.instagram.com/haku_id/?hl=en
- Imron, M. (2019, September 25). *Manfaat Zero Waste selain kepada lingkungan*. Retrieved from Zero Waste: <https://zerowaste.id/zero-waste-thoughts/manfaat-zero-waste-selain-kepada-lingkungan/>
- KLHK. (2019, Juli 10). *Pekan Lingkungan Hidup dan Kehutanan 2019*. Retrieved from PPID Menlhk: http://ppid.menlhk.go.id/siaran_pers/browse/1983
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Teguh, H., Rusly, R. A., & Sabran, B. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Millenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mukarom, Z., & Muhibudin, L. W. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mycotech. (2020). *About Mycotech Lab*. Retrieved from Mycotech Lab:
<https://mycl.bio/about>

- Papua, B. (2019, November 22). *Beberapa Yang Mempengaruhi Faktor Gaya Hidup*. Retrieved from Berita Papua: <https://beritapapua.id/beberapa-yang-mempengaruhi-faktor-gaya-hidup/>
- Primastiwi, E. (2019, January 14). *Tren Ramah Lingkungan dan Bagaimana Kita Mengembangkannya*. Retrieved from Whiteboard journal: <https://www.whiteboardjournal.com/living/tren-ramah-lingkungan-dan-bagaimana-kita-mengembangkannya/>
- Ramadhan, W. (2019, May 6). *Mengenal Generasi Z, Penerus Generasi Milenial*. Retrieved from Kreativv: <https://kreativv.com/genk-life/mengenal-generasi-z>
- Riadi, M. (2018, Maret 03). *Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup*. Retrieved November 28, 2020, from <https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup.html>
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication Campaigns*. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: Sage Publication.
- Rudiansyah, H. (2018, Agustus 28). *APA ITU KONSEP 5A DALAM MARKETING?* Retrieved from banghendry.com: <https://banghendry.com/apa-itu-konsep-5a-dalam-marketing-berikut-penjelasan/>
- Rustan, S. (2011). *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Suyanto, M. (2006). Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia. In M. Suyanto, *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia* (p. 76). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tamba, A. R. (2019, April 14). *Layout - [Desain Grafis]*. Retrieved from Medium: <https://medium.com/@andriraymond98/layout-desain-grafis-6c13bcfb58e1>

- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tunis, I. Z. (2019, Juli 02). *Gaya Hidup Serba Instan Generasi Milenial*. Retrieved from Kompasiana:
<https://www.kompasiana.com/imazuliatunis/5d1a4047097f3619a061aa52/gaya-hidup-serba-instan-generasi-milenial>
- Wella, S. F., & Chairy. (2020). IMPLEMENTASI SUSTAINABILITY SEBAGAI ALAT PEMASARAN PADA ERA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 343-354.
- Woodka. (2020). *About Woodka*. Retrieved from Woodka:
<https://woodka.fun/pages/about-us>