

DAFTAR PUSTAKA

- Alharthey, B. K. (2019). Impact of green marketing practices on consumer purchase intention and buying decision with demographic characteristics as moderator. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 6(3), 62–71.
- Amilia, Suri, and Ayu Novianti. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kanasha Di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, vol.5,no.1,2016,pp.459–68,
<http://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/47>.
- Ariningrum, Aprilia Intan. “Analisis Pengaruh Green Product Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2019, pp. 1–6.
- Desanto, Tirza M. J., et al. “Analisis Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Aqua Di Kota Manado.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, vol. 6, no. 4, 2018, pp. 1898–907.
- Dikemas.2021.Beralih Kemasan yang Ramah Lingkungan Berubah Lebih Baik. (<https://dikemas.com/beralih-kemasan-yang-ramah-lingkungan-berubah-lebih-baik>. Diakses pada 6 Maret 2021)
- Ekonomi, J. I., Sosial, D., Wibowo, Y. A., Wulandari, R.,), & Ririn Wulandari. (2022). Effect of Green Marketing and Word of Mouth on Starbucks Indonesia Consumer Buying Decisions with Brand Image as Intervening Variable. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 11(1), 47–56. <https://doi.org/10.12244/jies.2021.5.1.00>
- Elvierayani, Rivatul Ridho, and Fisati Choiroh. “Pengaruh Green Product Dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA).” *Mandalika Mathematics and Educations Journal*, vol. 2, no. 1, 2020, pp. 67–75, <https://doi.org/10.29303/jm.v2i1.1751>.
- Ferdinand. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen, Edisi Kedua*. UNDIP, 2002.
- Gima Sugiama dan Emmanuel Febiano. 2017. Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14

- Havidz, H. B. H., & Mahaputra, M. R. (2020). The Impact of Green Marketing and Corporate Social Responsibility on Brand Image, Purchase Intention, and Purchase Decision (Study on the Body Shop in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4), 987–999. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Indonesiabaik.id. 2019. Kurangi Sampah Plastik! Gerakan Satu Juta Tumbler. (<https://indonesiabaik.id/infografis/kurangi-sampah-plastik-gerakan-satu-juta-tumbler>. Diakses pada 7 Agustus 2020)
- Jenab Mardiana, Siti. “Pengaruh Psikologis Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lion Star (Survei Pada Konsumen Lion Star Di Kota Tasikmalaya).” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 1, no. 7, 2022, p. 2022, www.topbrand-award.com.
- Juliantari, L., Yasa, M., & Indiani, S. (2019). The Effect of Green Marketing and Consumers’ Attitudes on Brand Image and Consumers’ Purchase Intention of Green Products in Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 6(1), 8–14. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jagaditha>
- Kartono, Gizel Gynalda, and I. Gde Ketut Warmika. “Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Brand Image.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 7, no. 12, 2018, p. 6473, <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p04>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2016). *Marketing management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Prentince Hall.
- Lee, K., (2009), Gender differences in Hong Kong adolescent consumers’ green purchasing behavior, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 26 (2), 87-96.
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. (2021). Green Marketing dan CSR Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. ejournal.undiksha.
- Malyan, R. S., & Duhan, P. (2019). *Green Consumerism: Perspectives, Sustainability, and Behavior*. Apple Academic Press.

- Nashrulloh, M. A. H., Budiantono, B., & Wulandari, W. (2019). Analisis Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Led Philips (Studi Pada Konsumen Di Desa Kesiman Kecamatan Trawas). *Conference on Innovation and Application of Science and Technology, Ciastech*, 1–10.
- Novianto, Anggi Nur. (2017) Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Pembelian Produk Lifebuoy pada Masyarakat di Kota Purworejo, *Jurnal manajemen*.
- Pangestuti, Edriana, et al. “Peta Potensi Dalam Menciptakan Kemandirian Ekonomi Desa (Studi Pada Desa Tawang Argo, Kabupaten Malang) Inggang Perwangsa Nuralam 2).” *Journal of Applied Business Administration*, vol. 2, no. 2, 2018, pp. 258–66.
- Panjaitan, Friska Lovia M. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli. *E-prints Universitas Indonesia*, 1-21.
- Rahayu, Luh Made Pradnyani.; Yusri Abdilah, M. Kholid Mawardi. Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 43 No.1. hal: 121-131*.
- Romadon, Yusuf, et al. “Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image Dan Struktur Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Account Twitter @PertamaxIND Pengguna Bahan Bakar Ramah Lingkungan Pertamina Series).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol 15, no. 1, 2014, pp. 1–7*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2016). Perilaku Konsumen Edisi Kedua. In PT. Indeks Gramedia.
- Simamora Vivin. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek The Body Shop Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Skripsi Sarjana (Tidak Diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2016.
- Salim, F. F., & Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8.
- Santoso, I., & Fitriani, R. (2016). Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 147–158.
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on

- Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. SHS Web of Conferences, 76, 01023. SHS Web of Conferences, 76, 01023.
- Sari, R. M. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004, 6–25.
- Silvia Cendana R. E. W. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Samsung, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 6, No. 4.
- Subarkah, Alfawi Ridho. 2018. “Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat.” *Intermestic: Journal of International Studies* 2(2): 188
- Sudirman (2019) ‘The Effect Of Branding, Product Quality, And Reference Group On Purchasing Decisions Through Promotions As Intervention Variables (Case Study Of Samsung Customer At Meteor Cell Store Malang)’, *Jurnal Magister Manajemen*, Iv.
- Sugiyono.2019.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta Bandung.
- Swamilaksita, Prita Dhyani, et al. “Effective Methods to Prevent or Treat Anemia in Adolescent Women.” *International Journal of Health Sciences*, vol. 10, no. 12, 2022, pp. 440–52, <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns4.5528>.
- Top Brand (2022). Top Brand Index (https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_lionstar. Diakses pada 5 November 2023)
- Wang, Ya-Hui, Chen, Ssu-Ting dan Chen, Nai-Ning., 2016, An Empirical Study of the Effect of Green marketing on Purchase Intention – Evidence from Green Restaurant. *Advances in Management & Applied Economics* , 6 (4), 1-14.
- Widya Sari, I.G.A., Yudi Setiawan, Putu. 2017. Pengaruh Green Marketing dan Packaging Terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6 (7), 3820-2849.