

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Indra Purnama, P., & Rasmen Adi, N. (2019). Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 185. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2027>
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278.
- Andriani P, Julian; Rahayu, Enik; Ardhan A H, W. (2021). Pengaruh Packaging, Promosi Melalui Media Sosial dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Niten Jamu Semarang). *Jurnal Visi Manajemen*, 6(1), 906–920.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk - Yenni Arfah - Google Buku*. https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ&pg=PA25&dq=Keputusan+pembelian+menurut+Kotler+%26+Keller+mendefinisikan+keputusan+pembelian+sebagai+bagian+dari+perilaku+konsumen+tentang+bagaimana+individu&lr=&hl=id&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepa
- Budianto, S. (2022). Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Aqualife. *Material Safety Data Sheet*, 33(1), 1–12. Retrieved from http://www2.warwick.ac.uk/fac/sci/whri/research/mushroomresearch/mushroomquality/fungienviroment%0Ahttps://us.vwr.com/assetsvc/asset/en_US/id/16490607/contents%0Ahttp://www.hse.gov.uk/pubns/indg373hp.pdf
- Dangelico, R.M., Vocalelli, D., 2017. Green Marketing: An Analysis of Definitions, Strategy Steps, and Tools Through a Systematic Review of the Literature. *Journal of Cleaner and Production*. 165, 1263–1279.
- Damayanti, E., & Nuvriasari, A. (2021). Pengaruh Green Packaging , Green Advertising , Green Perceived Value , Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen the Body Shop. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2), 385–404.
- Dania, C. (2021). Pengaruh Green Product dan Packaging Terhadap Perilaku Konsumsi Ramah Lingkungan (Green Purchasing Behavior) Pada Konsumen Generasi Z di Kota Depok. In *Advanced Geography and Geographical Learning* (Vol. 6, Issue 2).

- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 130–142. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i1.2301>
- Elisabet Anisa Gita P, & Angga Ariestya. (2022). Revisiting pro-3r attitude mediating effect of green packaging on consumer purchase intention. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(4), 281–302. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i4.4915>
- Fauzi, A. Yulianto, E. 2015. Green Marketing Pada Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Malang. Vol. 26 No. 1
- Febriane, R. (2022). Analisis Green Marketing Sebagai Global Strategi the Body Shop. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 817–826. <http://www.ulilalbabinstitute.com/index.php/J-CEKI/article/view/1020%0Ahttp://www.ulilalbabinstitute.com/index.php/J-CEKI/article/download/1020/826>
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Effect of Product Quality, Price and Promotion To Decision Purchase Nissan X-Trail Car in Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.
- Ghozali, Iman. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VII. Semarang: Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Hair, J. F. Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). *An Update and Expanded Assessment of PLS-SEM in Information Systems Research*. *Industrial Management & Data Systems*, 117, 442-458.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>
- Ilhami, S. M. al, & Hendrastomo, G. (2020). Perawatan Kulit Wajah Sebagai Gaya Hidup Laki-Laki. *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 9(3), 2–17. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/societas/article/download/17119/1652>
- Indriantoro, Nur & Supomo. (2014). *Metodelogi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

- Islam, D. (2018). Tinjauan Penerapan Konsep Green Marketing. *Jurnal Pamator*, 11(1), 10–18.
- Kristiana, I. G. A. A. D. (2018). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Konsumen Air Minum dalam Kemasan di Kabupaten Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 19–31.
- Kusumawati, A., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh Green Perceived Risk Dan Green Packaging Terhadap Green Purchase Intention Pada Produk Skincare Avoskin: Studi Pada Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Avoskin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2071–2084.
- Luh Made. P.R., Y., Abdillah, & M.K., Mawardi. (2017). 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 Februari 2017* administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Mamahit, L. (2015). pengaruh-green-marketing-terhadap-keputusan-pembelian-produk-air-minum-dalam-kemasan.
- Mahmoud, M. A., Hinson, R. E., & Anim, P. A. (2018). Service innovation and customer satisfaction: the role of customer value creation. *European Journal of Innovation Management*, 21(3), 402–422. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2017-0117>
- Makatumpias, D., Moniharapon, S., Tawas, H. N., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dimanado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 4063–4072.
- Masturoh, L. M. (2017). Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Brand terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Green Bag di Carrefour Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 5(1), 1–14.
- Maulida, N. A., Arsi, A. A., & Alimi, Moh. Y. (2018). Redefinisi Konsep Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Perawatan Kulit Di Klinik Kecantikan Armina Desa Robayan Jepara Nur Awaliya Maulida, Antari Ayuning Arsi, Moh. Yasir Alimi *. *Solidarity*, 7(1), 344–353.

- Nel Arianty., & Dita, Ariska (2023) Peran Mediasi *Green Packaging: Green Promotion* terhadap *Repurchase Intention*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 6 No 2, Juni 2023*. E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259 DOI : <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1249>.
- Palupi, D. (2020). Keputusan Pembelian Dalam Memediasi Green Promotion Dan Green Price Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 1–17. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.81>
- Pebrianggara, A. (2018). *Analisis Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Merek "Sutra."* *Senima* 3, 811–819. <http://eprints.umsida.ac.id/2691/>
- Purnama, P.A.I., & Adi, N. . (2019). "Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 185–205.
- Pohan, F. S., & Suryowati, B. (2019). *EQUATION MODELLING*. 8(10), 55–82.
- Rahman, F., Siburian, P. S., & A, G. N. (2017). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda. *Forum Ekonomi*, 19(1), 119. <https://doi.org/10.29264/jfor.v19i1.2118>
- Romdhoni, M., Hasiholan, L. B., & Amboningtyas, D. (2020). An awareness and analysis consumer perception of application of green marketing Starbucks (Case study at Starbucks in Java Mall Semarang). *Journal of Management*, 6(1).
- 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. <https://doi.org/10.24156/jikk.2016.9.2.147>
- Sangadji, E. M. dan Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: C.V Andi
- Sofwan, H., & Wijayangka, C. (2021). Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pijakbumi di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6054.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukraeni, N. L. G., & Kusyana, D. N. B. (2022). Meningkatkan Keputusan Pembelian dengan Meningkatkan Green Marketing Mix. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(4), 1206–1216.

- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Tjiptono F. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Ke-1. Yogyakarta (ID): Andi Offset.
- Widarjono, Agus. (2018). *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.