

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). *Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang*. Jurnal Matematika UNAND, 8(1), 179-188.
- Andharesti, A., & Nirawati, L. (2023). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sereal Sarapan Pagi Energen*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8(1), 170-179.
- Apriati, I. D. (2021). *Pengaruh Green Product, Brand Image Dan Customer Experience, Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tupperware Di Kabupaten Kebumen)*. 1–10.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., & Ismail, R. S. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Astuti, M. D., Astuti, M., & Sholihah, D. R. (2021). *Pengaruh 4P Green Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Bloomka Skincare*. Prosiding SENAPENMAS, 1311–1338.
- Award, T. B. (2023). *Top Brand Index*. Retrieved from topbrand-award.com: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (diakses pada September 2023)
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2018). *Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Object Oriented Programming*. Transistor Elektro Dan Informatika, 2(2), 81–88.
- Naully, C., & Saryadi, S. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada J. Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10(2), 974-983.
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*.
- Dewi, D. K., Prihatini, A. E., & Wijayanto, A. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Wardah di Kota Jakarta)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 12(1), 246–254.
- Eldawati, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi Kasus Pada Cv. Alzaid Furniture Kabupaten Pesisir Selatan*. Matua Jurnal, 4(1), 39-52.
- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam*

- Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang.*** Jurnal Mirai Management, 7(1), 250–256.
- Fasha, H. F., & Madiawati, P. N. (2019). ***Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Produk ZARA di Kota Bandung.*** eProceedings of Management, 6(2).
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). ***A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*** - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In Sage.
- Hamidiana, Z., Meidiana, C., & Heddy, S. (2016). ***Model Struktural Partial Least Square Karakteristik Masyarakat Terhadap Kuantitas Dan Kualitas Mata Air (Studi Kasus Desa Gunungsari Kota Batu).*** Indonesian Journal of Environment and Sustainable Development, 7(2).
- 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.
- Hasibuan, A. N., Damayanti, P., & Laksono, R. (2021). ***Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Green Marketing Produk.*** Jurnal Manajemen dan Bisnis, 1(2), 122-133.
- Hidayah, M. R., & Sugandini, D. (2022). ***Mediasi Sikap Konsumen pada Pengaruh Green Product, Green Advertising, Green Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Organik.*** Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA), 5(2), 46-62.
- Indrasari, M. (2019). ***Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan.*** unitomo press.
- Janah, Y. K. (2023). ***Pengaruh Green Marketing Terhadap Pembelian Ulang Pada Produk Avoskin (Studi Pada Konsumen di Kota Surabaya)*** (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Kartono, G. G., & Warmika, I. G. K. (2018). ***Pengaruh green marketing terhadap brand loyalty yang dimediasi oleh brand image*** (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Kosmetika, B. (2023). ***Rekomendasi Produk Iconic Oriflame Wajib Coba!*** Retrieved from <https://bisniskosmetika.com/produk-iconic-oriflame/> (di akses pada Januari 2024)
- Lestari, E. R., Putri, H. K., Anindita, C., & Laksmiari, M. B. (2020). ***Pengaruh green product (minuman ramah lingkungan), green advertising, dan kepedulian lingkungan terhadap green trust dan implikasi terhadap minat beli.*** Jurnal teknologi pertanian, 21(1), 1-10.

- Lin, Y., Yang, S., Hanifah, H., & Iqbal, Q. (2018). *An exploratory study of consumer attitudes toward green cosmetics in the UK market*. *Administrative Sciences*, 8(4), 71.
- Makmur, Z., Arsyam, M., & Alwi, A. M. S. (2020). *Strategi Komunikasi Pembelajaran Di Rumah Dalam Lingkungan Keluarga Masa Pandemi*. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(02), 231–241.
- Mandasari, I. C. S., & Sumartini, A. R. (2020). *Peran Perceived Value Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Loyalitas*. *Widya Manajemen*, 2(1), 1-9.
- Mandela, W. A. (2018). *Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Nonfinansial Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Trans Ocean Services Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).
- Miran, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda Di Kabupaten Kampar)*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 129-140.
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo)*. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12.
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). *Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90–108.
- Nursiti, D., & Mora, I. (2020). *Peningkatan Pengetahuan Akan Kepuasan Pelanggan Di Chatime Juanda Medan*. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 1(1), 302–310.
- Oktavia, Y., & Sudarwanto, T. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 240–252.
- Oriflame. (2019, Februari). *5 Tren Kecantikan Ramah Lingkungan yang Wajib Diketahui*. Retrieved from [id.oriflame.com: https://id.oriflame.com/beautyedit/trending/five-sustainable-beauty-trends-to-know](https://id.oriflame.com/beautyedit/trending/five-sustainable-beauty-trends-to-know) (di akses pada September 2023)
- Pawistri, K. D., & Harti, D. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Ramah Lingkungan, Sikap Terhadap Lingkungan dan Gaya Hidup Pada Keputusan Pembelian Nature Republic Di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 625–631.

- Permata, S. (2020). *Pembinaan Strategi Membangun Wirausaha Berbasis Green Marketing Bagi Siswa SMKN 49 Jakarta Utara*. IKRA-ITH ABDIMAS, 3(3), 164-168.
- PMK, K. (2023). *7,2 Juta Ton Sampah di Indonesia Belum Terkelola Dengan Baik*. Retrieved from <https://www.kemenkopmk.go.id/72-juta-ton-sampah-di-indonesia-belum-terkelola-dengan-baik> (di akses pada September 2023)
- Prameka, A. S., & Kurniawan, D. T. (2021). *Peran green marketing pada repurchase intention merek kopi ramah lingkungan di Indonesia*. Jurnal Istiqro, 7(2), 151-162
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purbohastuti, A. W. (2021). *The Marketing Mix Effectiveness On Indomaret's Consumer Purchase Decision*. Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera, 7(1), 1-17.
- Rahmawati, N. (2022). *Analisis Pengaruh Green Product dan Green Packaging Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Produk Tupperware di Surabaya)* (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Jawa Timur).
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global*. El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 213–223.
- Rizal, M., & Harsono, M. (2022). *Green Marketing Dalam Kajian Filsafat Ilmu*. Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen, 12(1), 116–136.
- Rizki, P. A., & Prabowo, B. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Indomie melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(5), 1543–1553.
- Roshan, P. A. A., & Sudiksa, I. B. (2019). *Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Rozalina, G. M., & Lukman, A. C. (2022). *Konsumsi Produk Sustainable Beauty di Masa Pandemi: Menjaga Kesadaran Ekologis atukah Menjaga Fenomena FOMO (Fear of Missing Out)?* Brawijaya Journal of Social Science, 1(2), 57–79.
- Ruhullessin, M. F. (2023, Juni). *Sepanjang Tahun 2022, Ada 12,54 Juta Ton Sampah Plastik di Indonesia*. Retrieved from <https://www.kompas.com/properti/read/2023/06/15/180000421/sepanjang-tahun-2022-ada-12-54-juta-ton-sampah-plastik-di-indonesia> (diakses pada September 2023)

- Sapitri, E., Sampurno, S., & Hayani, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, 4(2), 231–240.
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(6), 1722–1738.
- Sayekti, M. D., & Dwiridotjahjono, J. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(6), 2511–2524.
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). *Brand image, customer satisfaction dan customer loyalty jaringan supermarket superindo di surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 13(1), 27–34.
- SIPSN. (2022). *Grafik Komposisi Sampah*. Retrieved from sipsn.menlhk: <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/> (diakses pada September 2023)
- Sofwan, H., & Wijayangka, C. (2021). *Pengaruh Green Product Dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pijakbumi Di Kota Bandung*. EProceedings of Management, 8(5).
- Subiantoro, E., & Budidharmanto, L. P. (2021). *The Effect of Green Product and Green Promotion on Increased Consumer Loyalty at Starbucks Coffee*.
- Sugiyono, D (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. 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.
- Sutisna, I. (2021). *Teknik analisis data penelitian kuantitatif*. ARTIKEL, 1(4610).
- Swara, N. N. A. A. V., & Putri, N. M. K. D. (2019). *Peran Word Of Mouth Memediasi Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Green Product Merek Oriflame Di Kota Denpasar*. Widya Manajemen, 1(1), 80–98.
- Tojiri, Y., & Rusdian, S. (2023). *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Jasa Karunia Tour & Travel Garut*. Jurnal Mirai Management, 8(1), 251-264.
- Ulfa, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online Di Yogyakarta* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Wicaksono, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Angkringan*

*Akropi Rawasari*) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia Jakarta).

Wulansari, Y. M., & Widowati, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Yenita Konveksi Di Kecamatan Gubug)*. In Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 5).

Yuliawan, K. (2021). *Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI, 5(1), 43–50.

Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 2(1), 106–128.