

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U.S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, M.S., Nur, H.A., Helmina, A.M.S., Fardani, R.A., Ustiawaty, J., Utami, E.F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R.R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- 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. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2019.03.010>
- Aryaputra, G., Denny, G., & Haryanti, S. (2022). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Consumer Purchase Behavior Di Kota Bekasi*. 2(2), 205–220.
- Barakata.id. Survei Produk Perawatan Kulit Berbahan Alami Merk Lokal. 25 Januari 2021. <https://barakata.id/survei-produk-perawatan-kulit-berbahan-alami-merk-lokal/>. (diakses pada tanggal 25 September 2023, pukul 20.50 WIB)
- Compas. 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>. (diakses pada tanggal 25 September 2023, pukul 20.30 WIB)
- Dedy, A. (2020). Pengaruh Green Perceived Value Dan Green Brand Image Melalui Green Satisfaction Dan Green Trust Terhadap Green Brand Equity Pada Pariwisata Kreatif Di Jawa Barat. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i1.8284>
- Geofanny, E. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus: Bumi Kayom Langit Senja Coffee Salatiga). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(2), 441. <https://doi.org/10.25157/jimag.v7i2.3485>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, F., & Setyorini, R. (2020). Pengaruh Green Marketing Tools Terhadap Consumer Buying Decision Process (Studi Pada Konsumen Produk Love Beauty and Planet di Kota Bandung). *eProceedings ...*, 7(2), 6447–6454.
- 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>
- Hendra, R.Y.B.H. (2023). *Green marketing for business*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia

- Hernizar, A. T., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Awareness Terhadap Green Purchase Intention. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(3), 263–274
- Alamsyah, I.A, Maria, M.K., & Monica, A.E. (2022) Pengaruh *Green Advertising*, Dan *Green Brand Image* Terhadap *Green Awareness Dan Green Purchase Intention* Pada Produk Runa Beauty Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 11(2), 152-159
- Kusumastuti, A., Ahmad, M.K., Taofan, A.A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Madjidan, N. L., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Green Product terhadap Green Purchase Intention pada Alang Alang Zero Waste Shop. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 297. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i2.13068>
- Manongko, & Allen. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. Manado: Yayasan Makaria Waya
- Masdaini, E., & Dewi, H. A. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 20–28.
- Musfar, T. F., Noviasari, H., Meilisa. (2021). *Proses Green Purchase Intention*. Bandung: Penerbid Adab.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Padmalia, M. (2018). Determinan Keputusan Pembelian Produk Green Label Berdasarkan Green Product Dan Getok Tular. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2), 91. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i2.795>
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Putra, Y. R., & Unggul, U. E. (2023). Pengaruh Green Product , Green Brand Image , Dan Environment Knowledge Terhadap Green Purchase. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, 02, 1–21.
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media
- Savitri, S., & Marlina, N. (2023). Pengaruh Green Marketing , Green Brand Image , Dan Green Knowledge Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Cleo Eco Green Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 2017-215

- Sensatia Botanicals. Tentang Kami. <https://www.sensatia.com/id/about/>. (diakses pada tanggal 25 September 2023, pukul 20.15 WIB)
- Sudaryana, B., & Ricky, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Widodo, S. (2020). Pengaruh Green Product Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merk Sharp Di Electronic City Cipinang Indah Mall Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 23–34. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.365>
- Widyastuti, M., & Changda, S. (2019). Analisis Marketing Capability, Customer Engagement, Customer Perception dan Purchase Intention Produk Bihun Jagung "Padamu" Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 17(2), 62. <https://doi.org/10.32524/jkb.v17i2.562>
- Yahya, Y. (2022). Peran Green Marketing, Green Brand Image Terhadap Purchase Intention Dengan Green Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, 1(1), 17–38. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v1i1.5131>
- Zaky, M. H., & Purnami, N. M. (2020). Green Marketing Mix Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Big Tree F Arms Di Lotus Food Services. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 678-698. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p14>
- Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. U. (2021). On the Factors Influencing Green Purchase Intention: A Meta-Analysis Approach. *Frontiers in Psychology*, 12(April), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644020>