

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R., Rifandi, M., Rahmawati, R., & Fatimah, F. (2023). Analisis Faktor-Faktor Penghambat Penyelesaian Studi Mahasiswa Program Studi Matematika Universitas Sulawesi Barat Menggunakan PLS-SEM. *Jambura Journal of Probability and Statistics*, 4(1), 8–16. <https://doi.org/10.34312/jjps.v4i1.19240>
- Agustiani, R., & Fitra, J. (2022, Oktober). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 4(5), 658.
- Anggraini, S. S., & Syahrinullah. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, II(1), 169.
- Chandra Dewi. (2024, May 20). Retrieved May 2024, from CNBC Indonesia:<https://www.bmkg.go.id/press-release/?p=bmkg-peralihan-musim-jadi-penyebab-suhu-udara-gerah>
- Dewi, I. K., & Rahanatha, G. B. (2022). PERAN CITRA MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS DI DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen*, XI(2), 378-397.
- Doddy Adhi Mursandi, Hudyah Astuti Sudirman, Theresia Militina. "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 (IJEBAR)* 4, no. 4 (2020).
- Diana Lita, Q. (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 2024–2035. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>
- Dinar Pramadhani, & Rusdi Hidayat Nugroho. (2024). Pengaruh Green Marketing, Lifestyle, dan Environmental Awareness terhadap Brand Loyalty: Studi pada Pengguna Produk The Body Shop di Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3126–3138. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1869>
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *IKRAITH-EKONOMIKA*. V(1). 31-38.

- Ginting, R. A., Angelia, A., Salsabila, T., Damerio, S., Primananda, R., & Setyo, K. (2023, Maret ). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *JURNAL ILMU MULTIDISIPLIN*, 1(4), 991.
- Hasman, H. C., Lubis, S. M., Salqaura, S. A., Alfifto, & Amelia, W. R. (2024, Januari 16). PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WIKSTEA PADA MAHASISWA FAKULTAS KEHUTANAN UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, VIII(1), 440.
- Haris, A. M., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha AMH Gorden Dan Wallpaper Di Kota Malang. *Jurnal Melati*. XIII(1). 1-15.
- Hasan, M., Syam, A., Faried, A. I., & Purba, B. (2022). *Ekonomi Kreatif*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Ida Lestari, & Fitriani, D. R. (2021). Green Marketing and Green Brand Image on Users-Attitudes of The Body Shop Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1995–2004. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i6.378>
- Ikramayosi, Y. K., Jemadi, & Dwiyanto, B. S. (2022). Pengaruh Strategi Green Marketing, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen the Body Shop. *JEMBA (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi)*, 1(4), 723–734. <http://bajangjournal.com/index.php/JEMBA>
- Indrasari, D. M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: Unitomo Press.
- Isbahi, M. B., Kartika Pertiwi, T., & Purwanto, S. (2024). The Role Of Green Brand Image Awareness And Environmental Awareness On Purchasing Decisions By Controlling The Behavior Of Potential Consumers Of The Body Shop Mojokerto. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 7(1), 442–461.
- Kewakuma, A. S. V., Rofiaty, R., & Ratnawati, K. (2021). The Effect of Green Marketing Strategy on Customer Loyalty Mediated by Brand Image. *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.18196/jbti.v12i1.10691>
- Khamainy, A. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Persepsi Kualitas STBA JIA Bekasi. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 48–57. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.103>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth*. (16th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.

- Langi, M. C., Tewal, B., & Dotulong, L. O. . (2022). Pengaruh Self Esteem, Self Efficacy dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Timurjaya Dayatama (Wings) Kantor Cabang Sonder. *Jurnal EMBA*, 10(1)(1), 450–460.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024, Maret). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *JURNAL MANEKSI*, XIII(1).
- Maharani, R. A., & Achmad, N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jesya*, 7(1), 1037–1052. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1529>
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). Green Marketing dan CSR Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33141>
- Noviyadi, Sulistyowati, T., & Wasiman. (2024). The influence of human resource empowerment, work commitment, and organizational culture on employee performance at PT. Ihsanindo sukses makmur. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 467–480. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>
- Nur Rahma, A., Firdaus, V., Komala Sari, D., & Muhammadiyah Sidoarjo, U. (2024). the Influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Price on Purchase Decisions on Skincare Product Consumer Scarlett Whitening in Sidoarjo City. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 3275–3292.
- Nurasmi, & Andriana Ana, N. (2024). Pengaruh Peran Beauty Vlogger, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4901–4920. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Olifiana, A., & Soebiantoro, U. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Teh Celup Poci di Mojokerto. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1604–1617. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4124>
- Onny Setyawan, Yeni, & Okaelsa. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Produk The Body Shop Di Ciputra Seraya Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5(1), 13–25.
- Prameswari, A. S., & Hariasih, M. (2023). Green Marketing and Brand Image Affect the Purchase Decision of Generation Z on Green Products [Green Marketing dan Brand Image Mempengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z pada Produk Ramah Lingkungan]. UMSIDA Preprints Server.

- Pratama, N. D., & Suryandani, W. (2023, Desember). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Onik Kopi Store di Rembang Kota. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, IX(2).
- Rahmah, R. M., & Supriyono. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth And Brand Image on Purchase Decision of Sariayu Face Mask. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, III(4).
- Rahimah, A., Tanzil, R., & Hikmah, M. (2022). Peran Green Advertising terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, VI(1).
- Rasyid, A. R., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2024). The Influence of Brand Image Service Quality and Green Marketing on Consumer Purchasing Decisions of The Body Shop at Malls in South Jakarta. *Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*. (6)1 Ridwan Institute Equivalent. *Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, 6(1).
- Rizka, P. F., Satria, R., & Muzdalifah, L. (2022, December 22). PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BUSINESS CENTER ALAMANDA DELTA SURYA. *Jurnal Mahasiswa*, IV(4), 2.
- Rohmanuddin, & Suprayogo, H. A. (2022, Maret). PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS PADA BISNIS RITEL PAKAIAN “STING” CABANG KEDOYA GREEN GARDEN). *Jurnal Bina Manajemen*, X(2).
- Sagala, N. A., Simanjorang, F., & Siregar, O. M. (2024). The Effectiveness of Green Marketing on Consumer Loyalty to The Body Shop Consumers in Medan City. *Formosa Journal of Science and Technology*, 3(2), 423–434. <https://doi.org/10.55927/fjst.v3i2.8282>
- Saputra, D. D., Pratama, A., Safitri, E. M., & English, A. (2024). *Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi (STUDI KASUS PENGGUNA YANG BERDOMISILI SURABAYA) Program Studi Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi Pendahuluan Perkembangan teknologi yang sangat pesat di*. 2(May), 168–178.
- Saputra, S., & Asfar, A. H. (2024, Februari). PENGARUH GREEN MARKETING, SOSIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA MATIC DI ASTRA MOTOR CABANG CILEGON. *JURNAL BINA BANGSA EKONOMIKA*, XVII(1), 906.
- Suwastiari, N. L., Anggraini, N. N., & Jodi, I. G. (2021, Januari). PENGARUH GREEN MAREKTING, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS COFFEE DI DENPASAR. *Jurnal EMAS*, II(1), 11.

- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016, Januari). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *III*(1).
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). *./PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP INDONESIA (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo)*. *10*, 1.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabte
- Wahyudi, A., Marlien, R. A., & Ryono. (2023). PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Produk Air Mineral Merek AQUA di Sampangan, Semarang). 14-27.
- Yusuf, I., & Sartika, D. (2021). Pengaruh Store Image Dan Private Label Image Serta Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk Private Label Alfamidi Di Kota Samarinda. *Borneo Studies and Research*, *3*(1), 873–886. <https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/2741>
- Zhang, X., & Dong, F. (2020). Why do consumers make green purchase decisions? Insights from a systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *17*(18), 1–25. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186607>