

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian Ilham, S. H. E. I. A. (2019). PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. JASARAHARJA PUTRA CABANG BENGKULU. In *Jurnal Professional FIS UNIVED* (Vol. 6, Issue 1).
- Ambarwati, M., Mukhammad, S., & Mawardi, K. (n.d.). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 25, Issue 1). <http://www.topbrand-award.com/top-brand->
- Ambarwati, N. S. S., Armandari, M. O., Hidajatulloh, A. F., & Nabillah, N. L. (2022). Penyuluhan Pengetahuan melalui Media Buku Saku dalam Menyosialisasikan Bahan Kimia Berbahaya pada Kosmetika di Lingkungan Kelurahan Jatinegara Kaum – Pulo Gadung – Jakarta Timur – DKI Jakarta. *Sarwahita*, 19(03), 475–490. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.193.9>
- Devara, Y., Bahri, P., & Aminah, S. (n.d.). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* PENGARUH E-WOM PADA KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI MS GLOW 1. <https://doi.org/10.31604/jips.v9i9.2022.3441-3446>
- 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>

- disastra, D., & Novita, D. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung)* (Vol. 2, Issue 1). <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- Ekonomi dan Manajemen, J., Marvell Geraldine, Y., Susanti, A., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S. (n.d.). *POINT PENGARUH MEREK, KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK BRAND WARDAH*. <https://ejournals.umma.ac.id/indeks.php/point>
- Fajriah, L., Hafizd Abdillah, M., Retnaningsih, A., Feladita, N., & Eka Oktaviantari, D. (n.d.). *PENYULUHAN PENYALAHGUNAAN BAHAN KOSMETIK BERBAHAYA DI SMK PGRI 2 PRINGSEWU*.
- Firmansyah, R. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer Mahar Agung Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 658. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.527>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–49. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44>

- Intan, A., Mahasiswa, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., Putra, S., & Kebumen, B. (n.d.). *Analisis Pengaruh Green Product dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Kebumen)*. <https://www.topbrand-award.com>
- Junaidi, J. (2022). PENGARUH CITRA MEREK AND BRAND EQUITY TERHADAP PURCHASE DECISION PIA DI CV. PIA MANALAGI PROBOLINGGO. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 254–267. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.53>
- Kusumah, F. M., & Permana, D. (2023). Analysis of Green Product and Green Advertising on Purchase Decision of Aqua Products Mediated by Green Trust. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 8, Issue 2). www.ijisrt.com
- 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>
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Semenzato, A., Costantini, A., Meloni, M., Maramaldi, G., Meneghin, M., & Baratto, G. (2018). Formulating O/W emulsions with plant-based actives: A stability challenge for an effective product. *Cosmetics*, 5(4). <https://doi.org/10.3390/cosmetics5040059>

- Sofya, D. N., & Purwanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai.” *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(3), 28.
<https://doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1871>
- Stia Rini, A., Putu Gde Sukaatmadja, I., & Gst Ayu Kt Giantari, I. (2017a). “THE BODY SHOP” DI KOTA DENPASAR. In *Bisnis Universitas Udayana* (Vol. 6).
- Stia Rini, A., Putu Gde Sukaatmadja, I., & Gst Ayu Kt Giantari, I. (2017b). “THE BODY SHOP” DI KOTA DENPASAR. In *Bisnis Universitas Udayana* (Vol. 6).
- Suharjo, S. N., & Harianto, A. (2019). Perbedaan Gaya Hidup Sehat Dan Sikap Terhadap Makanan Organik Dari Generasi Baby Boomers, X, Dan Y Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 45–58.
<https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.45-58>
- Tiara Susilo, S., Purwanto, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Veteran Jawa Timur, U. (2023). ANALISIS PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUKIN. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2).
- Top Brand Award. (2024). *Komparasi Brand Index*. Top Brand Award.
- Wardani, I., & Rahardjo, S. T. (2022). Analisis Pengaruh Green Brand Positioning, Attitude, Knowledge dan Perceived Value terhadap Green Product Purchase Intention pada Produk Unilever Indonesia di Kota Jakarta. *SEIKO : Journal of*

Management & Business, 5(1), 2022–2618.

<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2417>