

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Y. N., & Khuzaini, K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(12).
- Anang firmansyah. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 336.
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Anggraini, S. S., & Syahrinullah, S. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale. *Forecasting : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 161–170. <https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/view/161>
- Anggraini, T. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143–161. <https://doi.org/10.25273/The>
- Ariyanti, A. R., Hidayah, A., Astuti, H. J., Haryanto, T., Bagis, F., & Ikhsani, M. M. (2020). The effect of green marketing, product design, and brand trust on purchase decisions on tupperware products in purwokerto. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4).
- Arvy Ginting, R., Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Primananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 986–992. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.198>
- Citra, E. S. P., & Kade, R. K. I. A. (2020). Keputusan Pembelian Minuman Yakult Ditinjau Dari Distribusi, Diferensiasi, Gaya Hidup, Dan Kualitas Produk. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(2), 219–231.
- El-Haq, S. N., & Nurtjahjani, F. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc di TikTok Shop. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 20–25.
- Fauzi, F. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 11(1), 86–95. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>
- Franstama Pardamean, & Syafrida Hafni Sahir. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3),

287–293. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.583>

Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17192>

Kotler, P., & Keller, K.L. (2021). Manajemen Pemasaran.

Islam, D. (2018). Tinjauan Penerapan Konsep Green Marketing dalam Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Pamator*, 11(1), 10–18. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pamator>

Junia, Y. I. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 360. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12792>

Manik Megasari, C., & Siregar Marakali, O. (2022). p-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available online at <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.

Manongko, & Allen. (2018). Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior). In *Manado: Yayasan Makaria*.

Ningsih. (2021). Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktik dalam Pemasaran).

Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376–1383. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40332>

Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *Citaconomia: Economic and Business Studies*, 2(2), 60–80. <https://www.e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/article/view/406%0Ahttps://www.e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/article/download/406/330>

Pramulanto, H., & Octavia, W. (2021). *Analisis Pengaruh Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Restoran Xxx Cikarang)*. 3(November), 62–76.

Pratyaharani, H. P., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Bayi Bagi Ibu Milenial. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(3), 846–855. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.846>

- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh brand awareness , brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa di Surabaya. *JEBM: Forum Ekonomi*, 23(3), 413–420.
- Rahmawati, R., & Nurhasan, R. (2021). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Pada Konsumen Air Mineral Ades di Garut). *Journal of Knowledge Management*, 15(1), 014–026.
- Ramadhany, N., Imran, U. D., Z, N., & Latief, F. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone Pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia Makassar. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 89–102.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126-8137.
- 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>
- Setyawati, B. N., & Santoso, E. B. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Singgah Kedai Kopi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 662-667.
- Shofia, R., & Soebiantoro, U. (2023). Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kopi Nescafe di Kabupaten Mojokerto. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 682–692. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1359>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Trust Dan Brand Attitude. In *Brand Marketing: the Art of Branding*.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suhartini. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan Jasa*. 58–74.
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2875>
- Syafira, H., & Yulinda, A. T. Y. (2022). Pengaruh Green Marketing Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Yamaha Panca Motor Pagar Dewa. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 3(2), 339–349. <https://doi.org/10.36085/jems.v3i2.3560>

- Tana, S. O., & Bessie, J. L. D. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan X2 Family Resto and Karaoke Kupang). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 13(3), 255–270. <https://doi.org/10.35508/jom.v13i3.3306>
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Tusyaidah, A. (2023). PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE KOTA SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 229–235. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- 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).
- Wullur, M. P., & Djawoto, D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(1).
- 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>
- Yulianti, N. M. D. R. (2020). The Influence Of Brand Image, Green Marketing Strategy, And Emotional Desire On The Purchase Decisions Of Mcdonal's Products. *Scientific Journal of Management and Business* Volume 5, No. 1, June 2020 ISSN: 2528-1208 (print), ISSN: 2528-2077 (online) [http://.Scientific Journal of Management and Business Volume 5, No. 1, June 2020. ISSN: 2528-1208 \(Print\), ISSN: 2528-2077 \(Online\), 5\(1\), 69–79](http://.Scientific Journal of Management and Business Volume 5, No. 1, June 2020. ISSN: 2528-1208 (Print), ISSN: 2528-2077 (Online), 5(1), 69–79)