

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. F., & Utama, A. (2018). Pengaruh *Green Product* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Purchase intention yang Dimediasi oleh Minat Beli (Studi pada Konsumen Lampu Philips LED di Yogyakarta ). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 81–90.
- Achmada, L., & Sadewo, F. S. (2014). Pola perilaku konsumtif pecinta Korea di Korea *Lovers Surabaya Community (Kloss Community)*. *Paradigma*, 2(3), 1–7. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/9407>
- Apriyani, N., Salim, M., & Santi, F. (2023). *Attitude Towards Green Products And Green Purchase Intention On The Green Purchase Behavior Of Detergent Products In The City Of Bengkulu*. *The Manager Review*, 5(2), 225-244.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). *Guepedia*.
- Doszhanov, A., & Ahmad, Z. A. (2015). Customers' intention to use green products: The impact of green brand dimensions and green perceived value. *In SHS Web of Conferences*, 18.1-15.
- Ekowati, S. (2021). Pengaruh BTS Sebagai Brand Ambassador Tokopedia Terhadap Minat Beli (Survey Pada Followers Akun Instagram Tokopedia). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2), 1-8.
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *JURNAL DIVERSITA*, 6(2), 194-201.
- Hariadi, D. P. S., & Rahmawati, A. (2022). Celebrity Worship Dan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 6(September), 3680–3691.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Hidayah, M. R., & Sugandini, D. (2022). Mediasi sikap konsumen pada pengaruh green product, green advertising, green brand trust terhadap purchase intention produk makanan organik. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 46-62.
- Khoiruman; Purba, S. D. A. (2020). Pengaruh Green Product, Green Price, dan Green Advertising Terhadap Purchase intention Produk Essential Oil Di Rumah Atsiri Indonesia. *Journal Of Business And Management*, 7(1), 46–54. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola/article/view/645>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Lestari, N. I. (2020). Pengaruh Green Awareness Terhadap Keputusan. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 3(1), 36–48. Moleong, L. (2010). Metode penelitian. Jakarta: Rineka Cipta. 25.
- Mustofa, H., Sari, I. M., & Irawan, C. B. (2021, August). Analisis *Green Purchase Intention* Dengan *Green Trust* Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek “CLUB” di Malang: Indonesia. In Seminar Nasional Manajemen Jayanegara (Vol. 1, No. 2, pp. 93-110).
- Nandika, P., Riszkyani, R., Taufik, H., & Hidayat, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Servicescaspe Terhadap Mnat Beli di Restoran Chrisbar. *KarismaPro*, 14(2).
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). Metode penelitian kuantitatif. *Pascal Books*.
- Rahayu, L., Abdillah, Y., & Mawardi, M. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Purchase intention Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 43(1), 121–131.
- Shobur, A., Kanto, D. S., & Alananto, D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Rumah Makan Ganto Minang Jakarta. *STREAMING*, 2(1), 1-6.
- Sugiarto. (2001). Teknik Sampling. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Suki, N. M. (2013). Green awareness effects on consumers’ purchasing decision: Some insights from Malaysia. *International Journal of Asia-Pacific Studies*, 9(2), 49–63.
- Sumarwan, U. (2015). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (2nd ed.). Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Tampubolon, N. (2021). Analisis Hubungan Green Product Knowledge, Green Awareness Dan Green Lifestyle Dengan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan. (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2021)
- Usmadi, U. (2020). Pengujian persyaratan analisis (Uji homogenitas dan uji normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1).
- Yoebrilanti Kayubiyanto, A., Nafiuddin, N., & Putri, V. (2024). *Green Brand Image, Green Perceived Quality, Green Trust, Green Purchase Intention*. Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera, 10(1), 34-49.