

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R. (2022). Dampak Dari Brand Ambassador Dan *Brand image* Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 4(2), 147. <https://doi.org/10.22303/accumulated.4.2.2022.147-159>
- Akbar, M., & Maghfira, A. (2023). Pengaruh Sampah Plastik Dalam Pencemaran Air Laut Di Kota Makassar. *Riset Sains Dan Teknologi Kelautan*, 6(1), 25–29. <https://doi.org/10.62012/sensistek.v6i1.24234>
- Alaina, P. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK INDOMIE MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*(Studi Kasus Konsumen Indomie di Wilayah Waru Sidoarjo). 1–23.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). *PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KOTA PADANG*. VIII(1), 179–188.
- Amin, A. S. (2022). Identifikasi Faktor-faktor Non-Harga yang Dominan Dalam Keputusan Pembelian Kopi Organik di Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22(1), 068–079. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JA/article/view/2555/1502>
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Budi Harto, Abdul Rozak, & Arief Yanto Rukmana. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi *Brand image*. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.546>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.

<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>

- Dhea Fadillah, Fasiha, N. (2024). *Journal of Institution and Sharia Finance*. 6.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).
- Fadlhurrohman, A. N. (2023). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAFE HALODO BANDUNG*. 2023.
- Faisal, A. F. M., & Fauzi, F. (2019). BAGAIMANA PEMASARAN *GREEN MARKETING*, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI (STUDI: MANNA KAMPUS GODEAN). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Fasha, H. F., & Putu Nina Madiawati. (2019). Pengaruh *Brand image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Produk ZARA di Kota Bandung. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 57(17), 4060–4080.
<https://doi.org/10.1088/1751-8121/ad3ab1>
- Fatimah, S., & Chrismardani, Y. (2022). PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPHORA (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(1), 36–43.
<https://doi.org/10.21107/jkim.v2i1.15502>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan *Brand image* (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>

- Herniah S. (2023). *Green marketing* serta penerapannya pada elemen marketing mix. *Kaizen: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1–12.
<https://www.jprii.upri.ac.id/index.php/jurnalkaizen/article/view/155/144>
- Indriani, A., Raihan, M., Zahra, N. B., Khofifah, N., Lestari, Y. I., Pendidikan, P., Pengetahuan, I., Jakarta, U. N., Marketing, G., & Marketing, G. (2023). Penerapan Green Economy Dan *Green marketing*. *Media Ilmiah Teknik Lingkungan*, 8(2), 57–62.
https://www.academia.edu/download/76170233/Penerapan_Green_Economy_dan_Green_Marketing_Sebagai_Strategi_Pemasaran_Dan_Penjualan_UM_KM_Di_Indonesa.pdf
- Ismawati, C. (2020). Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry. In *Universitas Internasional Batam UIB Repository* (Issue 2012).
<http://repository.uib.ac.id/3202/5/k-1641041-chapter2.pdf>
- Khaira, N., Farhan Saputra, & Faroman Syarief. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30.
<https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.350>
- Lengkong, O., Dawn Tumewu, M., & Thelma Tesselonika Lumintang, N. (2021). Analisis Usability Pada Aplikasi M-Commerce Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan USE (Usefulness, Satisfaction, Ease of Use) Questionnaire. *Cogito Smart Journal* |, 7(1), 182–192. www.statista.com
- Mardhiyah, A., & Feby Aulia Safrin. (2020). Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong. *Sketsa Bisnis*, 7(1), 37–44.
<https://doi.org/10.35891/jsb.v7i1.2183>
- Nandaika, M. E., & Respati, N. N. R. (2021). PERAN *BRAND IMAGE* DALAM MEMEDIASI PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada produk fashion merek Uniqlo di Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(6), 539.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i06.p02>

Nurqamar, I. F., Ulfa, S., Hafizhah, I., Fadhilah, N., & Rahmi, N. (2022). The Intention of Generation Z To Apply For a Job. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(3), 218–247. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i3.16493>

Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, *Brand image*, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>

Panjaitan, A. T., & Dewi Kurniaty. (2024). *PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP BRAND SATISFACTION (KEPUASAN MEREK) DENGAN BRAND ATTACHMENT (KETERIKATAN MEREK) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI : STUDI KASUS PADA KONSUMEN*. 17(2), 1913–1930.

Pradana, U. N. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador, harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.

Prihatiningsih, B. E., & Susanti, A. (2023). Mufakat Mufakat. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.

Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>

Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). *PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI AMDK ADES (Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia)*. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 71–79. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i1.1893>

- Rahmi yuliana. (2022). *ANALISIS GREEN PRODUK, GREEN MARKETING DAN GREEN KNOWLADGE DI KOTA SEMARANG* Rahmi Yuliana, 1 Setyo Pantawis 2 *STIE Bank BPD Jateng*. 06(01), 1–6.
- Rifai, A. D., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Human Capital Development*, 9(3), 1–13.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).
- Sandili, G., Suryaningsih, N. P. A., & Dewi, D. A. P. S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Dalam Pemanfaatan Obat Tradisional Di Desa Pancasari. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 4(10), 238–251. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol4iss10pp238-251>
- Sari *et al.* (2022). Pengaruh *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel *Green marketing* dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v43i2.644>
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). *Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan*. 2, 69–75. <https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- 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>

Zaky Purnami, M. H. Z. N. M. (2020). *Green marketing Mixberpengaruh terhadap Keputusan pembelian R O D U K b I G T R E E F a R M S di Lotusfood Services. Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.