

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Fitriyani, D. M. (2023). Pengembangan Strategi Pemasaran Berkelanjutan untuk Produk Ramah Lingkungan: Literature Review. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 7, No.1, Januari 2024 (101-110).
- Ari Astiti, Y. I. (2024). Implementasi Green Marketing terhadap Sikap Konsumen Kosmetik Alami PT.Best One Natural. *Jurnal Penelitian Terapan Bidang Pertanian*, 251.
- Aris Eddy Sarwono, A. H. (2021). *Metode Kuantitatif*. Surakarta: Unisri Press.
- Asrulla, R. M. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Astutik, P. 2023. *PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GARNIER*. Skripsi. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said. Surakarta.
- A Yudistira Dwiyan Putra Romansyah, A. Z. (2024). Analisis Penerapan Green Marketing Pada Fore Coffee Makassar. *Jurnal Eksopoda*.
- Badriyah, S. *Mengenal Manfaat Teoritis dan Praktis dalam Karya Ilmiah*, (Online), (https://www.gramedia.com/literasi/manfaat-teoritis-dan-praktis/#Mengenal_Manfaat_Teoritis, diakses November 2024)
- Basuki. (2024). TEKNIK ANALISIS KANONICAL: HUBUNGAN HIMPUNAN ANTAR VARIABEL (Suatu Pengantar Teoritis).
- Berry Wibowo, S. I. (2023). ANALISIS BRAND TRUST, BRAND IMAGE, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NIPPONPARTS PADA CV.MOTOROLI . *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*.
- Brand Fashion Kana Goods Ramaikan NUFF 2020*. (2020, Agustus 13). Retrieved from jpnn.com: <https://m.jpnn.com/news/brand-fashion-kana-goods-ramaikan-nuff-2020?page=3>
- Bhasin, H. (2023). *Home » Marketing » Brand Personality – Definition, Importance and Examples*. From marketing91: <https://www.marketing91.com/brand-personality/>
- Djuli Sjafei Purba, W. J. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas

Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*.

Dr. Musnaini, D. Y. (2021). *Manajemen Pemasaran*. PENERBIT INSAN CENDEKIA MANDIRI.

Efriza Shahara Kennedi, L. (2023). ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA BRAND LOKAL. *Open Journal Systems*.

Eko Sudarmanto, A. Z. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.

Exchange, T. (2024). *Materials Market Report*. Textile Exchange.

FAKULTAS VOKASI (FV) UNIVERSITAS NEGERI MALANG. 2024. *Green Marketing: Kekuatan Pendorong Perilaku Konsumen yang Berkelanjutan*, (Online), (<https://fv.um.ac.id/2024/10/green-marketing-kekuatan-pendorong-perilaku-konsumen-yang-berkelanjutan/>, diakses 2024)

Faradilla Amaylia Rosyada, R. D. (2023). PENGARUH GREEN MARKETING DAN GREEN PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUKIN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 11 No 3*.

Farid Subkhan, F. B. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD). *Jurnal Administrasi Bisnis Volume 13, Issue 1, Maret 2024 pp. 72-83*.

Fatmarani, S. 2022. *Kanagoods: Melangkah Dengan Produk Fashion Berkelanjutan*, (Online), (<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-program/kanagoods-melangkah-dengan-produk-fashion-berkelanjutan/>, diakses 19 November 2024)

Fika Riskiana Sukma P, S. L. (2021). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Studi Pada Mahasiswa Mahasiswi FE UST Konsumen KFC. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.

Genoveva Genoveva, D. R. (n.d.). GREEN MARKETING: STRENGTHEN THE BRAND IMAGE AND INCREASE THE CONSUMERS' PURCHASE DECISION. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 10, No. 3, Oktober 2020*.

Hanifati, L, N. & Salehudin, I. (2021). The Effect of Perceived Product Quality, Brand Personality, and Loyalty on Brand Switching Intention of Technological Products. *The South East Asian Journal of Management Vol. 15 No. 2, 2021 pp. 169-187*.

- Hira, A. (2023, agustus 31). *Mengenal Brand Image, Apa Manfaatnya bagi Perusahaan?* From markplusinstitute: https://markplusinstitute.com/explore/cara-membangun-brand-image/?srsltid=AfmBOoqxID180kNH7uOiEYEibziRbRPURu7bRGOP0GwcII_BvZdwJyt#Manfaat_Brand_Image_bagi_Perusahaan
- Indonesia, B. o. (n.d.). *Home / Lifestyle / Fashion / Kana Goods*. From bestofindonesia.best: <https://bestofindonesia.best/product/kana-goods-best-of-indonesia/>
- Isna Nur Azizah, P. R. (2021). Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*.
- Ismail, A, A. 2024. *PENGARUH PERSONAL ABILITY, SELF-EFFICACY DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN CUSTOMER TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA BENGKEL SAHABAT MOTOR SUKODONO SIDOARJO)*. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. UPN “Veteran” Jatim. Surabaya.
- Ismaul Fitri, M. (2022). Peningkatan Perilaku Konsumsi Hijau Konsumen Muda Indonesia. *Direktorat Publikasi Ilmiah dan Informasi Strategis IPB University*.
- Isra Misra, D. W. (2024). *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Teori*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- K. KRISHNAVENI, D. R. (2022). GREEN MARKETING – CONCEPTS, BENEFITS AND STRATEGIES. *Journal of Tianjin University Science and Technology*.
- Lesmana, H. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*.
- Made Dwi Utari, I. K. (2017). PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK TERHADAP KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN MEREK, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 11, No. 1, Februari 2017*.
- Maladewi, R, T, S, P. 2024. *PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE, PRODUCT INVOLVEMENT, DAN SELF-IMAGE CONGRUENCE TERHADAP BRAND TRUST PADA TAS LONGCHAMP LE PLIAGE DI KOTA SURABAYA*. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. UPN “Veteran” Jatim.

Surabaya.

- Marsasi, M. C. (2024). The Influence of Self-Esteem and Brand Trust to Optimize Brand Loyalty Based on Social Identity Theory in Generation Y & Z. *Ecogen Journal*.
- Melfi Cahya Anggraini, E. G. (2024). The Influence of Self-Esteem and Brand Trust to Optimize Brand Loyalty Based on Social Identity Theory in Generation Y & Z. *Ecogen Journal*.
- Muh. Nasrullah, H. R. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN IKLAN MEDIA SOSIAL DAN BRAND IMAGE DI ERA DIGITALISASI*. Makassar: Chakti Pustaka Indonesia.
- Mutiara Mokoagow, G. S. (2022). PENGARUH PEMBERDAYAAN PEGAWAI, ETOS KERJA DAN PERILAKU ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KANTOR WALIKOTA KOTAMOBAGU. *Jurnal EMBA*.
- Nadhifa Khansa, M. S. (2024). Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Brand Image dan Keputusan pada Pembelian Produk The Body Shop di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*.
- Nugraha Jefri Putri dkk. 2023. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Ni Luh Indiani, N. W. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, AWARENESS DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA PRODUK DUA HARUM GROSIR. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Octivanti, S, N, A. 2024. *PENGARUH CELEBRITY ADVOCACY, BRAND TRUST, BRAND LOVE, DAN BRAND RESPECT TERHADAP BRAND LOYALTY (Studi Kasus Pada Pelanggan Brand Uniqlo Di Surabaya)*. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. UPN “Veteran” Jatim. Surabaya.
- Oktaviya Rahmawati, K. R. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Advocacy. *Journal of Economics and Accounting*.
- Palupi, D. (2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMEDIASI GREEN PROMOTION DAN GREEN PRICE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN Volume 10 Nomor 1*.
- Puteri, H. E. (2020). MENENTUKAN POPULASI DAN SAMPEL DALAM RISET-RISET EKONOMI DAN PERBANKAN ISLAM. *ResearchGate*.

- Rahmawati, A. 2023. *Mikroplastik : Wujudnya Tak Nampak Dan Dampaknya Tak Terduga*, (Online), (<https://ayosehat.kemkes.go.id/mikroplastik--wujudnya-tak-nampak-dan-dampaknya-tak-terduga>, diakses 17 November 2024)
- Rahmawati, F. M. (2021). PENGARUH PENERAPAN GREEN MARKETING DAN FAKTOR GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU UHT ULTRAMILK (STUDI KASUS MASYARAKAT KOTA SUMBAWA) . *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*.
- Rafif Zharif Primaputra, B. S. (2023). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN KUALITAS LAYANAN TERADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI SHOPEE FOOD (KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN SHOPEE FOOD YANG BERDOMISILI DI KOTA SEMARANG). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*.
- Ranggawari, G., Supriyatna, H., & Jingga, S, R. 2021. *Petaka Limbah Pewarna*, (Online), (<https://validnews.id/nasional/petaka-limbah-pewarna>, diakses 16 November 2024)
- Rina, M. H. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*.
- Romadloni, A, N, L. 2023. *PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, GREENMARKETING, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK DETERGEN RINSO*. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.
- S, H. (2023). GREEN MARKETING SERTA PENERAPANNYA PADA ELEMEN MARKETING MIX. *Kaizen Vol.2, No.2*. Surakarta.
- Safitri, K., & Pratama, A, M. 2022. *Kurangi Limbah Tekstil, Bappenas Ajak Industri Terapkan Konsep Fashion Sirkular*, (Online), (<https://money.kompas.com/read/2022/02/24/083300926/kurang-i-limbah-tekstil-bappenas-ajak-industri-terapkan-konsep-fashion-sirkular>, diakses 16 November 2024)
- Salma. (2023, Maret 17). *Home » Variabel Bebas dan Terikat, Contoh Penerapan dan Penjelasan*. From [penerbitdeepublish: https://penerbitdeepublish.com/variabel-bebas-dan-terikat/#2_Pengertian_Variabel_Terikat_Variabel_Y](https://penerbitdeepublish.com/variabel-bebas-dan-terikat/#2_Pengertian_Variabel_Terikat_Variabel_Y)
- Siti Hadija Difinubun, O. d. (2023). ANALISIS PENGARUH SUMBER DAYA

MANUSIA TERHADAP ASPEK KINERJA PEKERJA PADA PROYEK
PEMBANGUNAN GEDUNG LABORATORIUM TERPADU
PENDUKUNG BLOK MASELA UNIVERSITAS PATTIMURA.
JOURNAL AGREGATE .

Surya Alenta Nababan, S. M. (2024). Uji Validitas dan Reabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen Jurusan Matematika. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal*.

Susanto, R. 2022. *Industri Tekstil: Manis bagi Ekonomi, Pahit bagi Lingkungan*, (Online), (<https://www.dw.com/id/industri-tekstil-manis-bagi-ekonomi-pahit-bagi-lingkungan/a-61924618>, diakses 17 November 2024)

Sutanto, W. D. (2023). The Role of Brand Trust, Brand Image, Brand Equity on Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.

Syarifah Salqaura, F. (2023). BRAND PERSONALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DIMEDIASI TRUST MATAHARI DEPARTMENT STORE BANDA ACEH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol. 8, No. 2*.

Testex. 2024. *Mikroplastik dalam Tekstil - Memahami Risikonya*, (Online), (<https://www.testex.com/idn/news/microplastic-in-textiles-understanding-the-risks>, diakses 17 November 2024)

Timur, B. P. (2024, Februari 20). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Jawa Timur, 2023*. From jatim.bps.go.id:https://jatim.bps.go.id/id/statisticstable/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-provinsi-jawa-timur--2023.html?year=2023

They Make Design. 2023. *Brand Trust: Definition, Importance and Strategies*, (Online), (<https://medium.com/theymakedesign/brand-trust-7c6ce32b8b13>, diakses 2024)

Unknown writer. 2023. *MENGENAL MIKROPLASTIK, SI KECIL NAN BERBAHAYA*, (Online), (<https://www.wwf.id/id/blog/mengenal-mikroplastik-si-kecil-nan-berbahaya>, diakses 17 November 2024)

Unknown writer. *Kana Goods*, (Online), (<https://www.jakartafashionweek.co.id/designer-profile/963/kana-goods>, diakses 2 Desember 2024)

Velia Audi Hervitya, N. A. (2022). Brand Personality Terhadap Rasa Percaya Diri Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Loyalty .

Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).

Viajeng Purnama Putri, ., D. (2023). GREEN INNOVATION AND GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE MEDIATE THE INFLUENCE OF GREEN MARKETING ORIENTATION ON GREEN MARKETING PERFORMANCE IN SME INDONESIA. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*.

Wardhana, A. (2024). *BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA – EDISI INDONESIA*. CV. EUREKA MEDIA AKSARA.

Wirawan, Y. R. (2023). *Orientasi Pasar pada Kinerja UMKM*. Madiun: UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun.

Yahya. (2022). PERAN GREEN MARKETING, GREEN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN GREEN TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING . *JIMBis: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*.

Yana Anggi Sabrina, S. K. (2011). PENGARUH BRAND PERSONALITY PADA BRAND TRUST, BRAND ATTACHMENT, BRAND COMMITMENT, DAN BRAND LOYALTY. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2011, Hal. 114 – 125 Vol. 18, No. 2.

Yoel David Sampe, M. T. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*.

Zhang, Y. (published 2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 2015, 3, 58-62.