

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1),377-386. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Amier & Pradana. (2022). Analisis Bibliometrik tentang Green Marketing : Perkembangan studi dalam periode 1999-2022. *Journal of Management & Bussines (SEIKO)*. Vo 4, No 3: 121-131. DOI : <https://doi.org/10.61511/jocae.v2i1.2024.878>
- Arifa, S. N. (2022). *Kondisi Pemakaian Ecobag dan Tantangan Prinsip Hidup Ramah Lingkungan di Indonesia*. Good News From Indonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/10/31/kondisi-penggunaan-ecobag-dan-tantangan-menyukkseskan-prinsip-hidup-ramah-lingkungan>
- Arta et al. (2022). ANALISIS KUALITAS APLIKASI MOBILE JKN DAN LAYANAN CARE CENTER TERHADAP KEPUASAN PESERTA JKN-KIS DENGAN METODE PLS-SEM. *Jurnal ilmiah Indonesia*. Vol.7, No 4. DOI: <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i4.6735>
- Alâ€™TM Amin, V. R., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Merek Laurier di Surabaya. *INOVASI*, 10(1),200–208. <https://doi.org/10.32493/Inovasi.v10i1.p200-208.30420>
- Alfin et al (2023). Indentifikasi faktor loyalitas pengguna pada shopee games menggunakan expectation-confirmed model (ECM). *Edu komputika journal*. Vol 10, No 1.
- Ammalia, R.N, Supriyono 2022, (Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian), Vol 4 No 2, *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 335–349. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4766>
- Amalia, W. T., & Alimuddin Rizal. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1227–1236. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n4.p1227-1236>
- (Arifa, 2022; Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2024; Contributors, 2023; Devi & Firmansyah, 2024; Group, 2024; Haris Fadhil, Khairul Ma’arif, 2022; Hendra, Rinda Yanti, Audita Nuvriasari, 2023; Noorca, 2022; Palelu et al., 2022; sarah dan Sutar, 2020; *Sejarah & Filosofi Perusahaan*, 2024)
- Amier, M., & Pradana, M. (2022). Analisis Bibliometrik tentang Green Marketing: Perkembangan Studi dalam Periode 1999-2022. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 121–131. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2412>
- Atikah, A., Bintoro, S. C., Manajemen, P. S., Tangerang, U. M., Studi, P., Hukum, I., Hukum, F., Tangerang, U. M., & Reusable, K. B. (2024). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial dan Humaniora Sosialisasi Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan (Reusable) untuk Meminimalisir Sampah Plastik pada Ibu- Ibu TP-PKK di Kelurahan Bugel Kota Tangerang*. 3(3), 209–215. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v3i3.4119>
- Atmojo, A. (2020). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Niat Beli Produk Nike (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/25415>
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2024). *Kecamatan Rungkut Dalam Angka Rungkut*

District In Figures 2024.
<https://surabayakota.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/3470c6289a71b45b8604876b/kecamatan-rungkut-dalam-angka-2024.html>

Danareksa. (2023). Tren Produksi Dan Konsumsi Plastik Di Indonesia. *Danareksa Research Institute*, 1–29.

Devi, A. W., & Firmansyah, F. (2024). Strategi Green Marketing , Harga , Dan Brand equity : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Homecare. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 10(01), 86–99.

Dewi et al. (2020). Dimensi sosial media marketing dalam meningkatkan keputusan pembelian produk umkm di wilayah boyolali dengan kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi. *Jurnal ekonomi dan perbankan*. Vol 5, No 1. : DOI: <https://doi.org/10.36587/probank.v5i1.566>

Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>

Fadhila et al. (2024). Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Iklan Ramah Lingkungan, Dan Harga Terhadap Minat Menggunakan Panel Surya Atap. *Jurnal ekonomi dan ekonomi syariah*. (JESYA). Vol 2. No 2. DOI: [10.36778/jesya.v7i2.1739](https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1739)

Group, F. C. (2024). *Komparasi Brand Index*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=533&tahun_awal=2021&tahun_akhir=2024&brand1=Alfamart&brand2=Circle K&brand3=Familymart&brand4=Indomaret&brand5=Lawson

Hamid et al. (2023). Analisis pengaruh green marketing terhadap perilaku UMKM di kota kendari. *DERIVATIF Jurnal Manajemen*. Vol 17, No 2. DOI: [10.24127/jm.v17i2.1763](https://doi.org/10.24127/jm.v17i2.1763)

Haris Fadhil, Khairul Ma'arif, D. R. (2022). Warga Keluhkan Harga Kantong Belanja Ramah Lingkungan, Bagaimana Aturannya? DetikNews. <https://news.detik.com/berita/d-6174565/warga-keluhkan-harga-kantong-belanja-ramah-lingkungan-bagaimana-aturannya?utm>

Hendra, Rinda Yanti, Audita Nuvriasari, B. H. (2023). *Green Marketing For Business* (S. Efitra (Ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://www.researchgate.net/publication/371724229_GREEN_MARKETING_FOR_BUSINESS

Indriani. (2024). Pengaruh Kepemimpinan Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Karang Setra Hotel & Cottages Bandung. *jurnal ekonomi manajemen, dan akuntansi*. Vol 10 No 2 : 1144-1154. DOI : <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2261>

Imansyah, B, & Pudjoprastyono, H. 2023 (Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian), Vol 5. No 1, *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 335–349. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5271>

Isbahi et al. (2024). THE ROLE OF GREEN BRAND IMAGE AWARENESS AND ENVIRONMENTAL AWARENESS ON PURCHASING DECISION BY

- CONTROLLING THE BEHAVIOUR OF POTENTIAL CONSUMERS OF THE BODY SHOP MOJOKERTO. *Indonesian interdisciplinary journal of sharia economics (IJSE)*. Vol 7. No 1 : 442-261. DOI: <https://doi.org/10.31538/ijse.v7i1.4455>
- Iswahyudi, M., S., Budaya, I., Purwoko., Manajemen Pemasaran (Strategi dan Praktek yang Efektif). PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Kota Jambi, 2023.
- Jamicho et al. (2022) Strategi UMKM dalam Mempertahankan Usaha pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bengkulu. *Jurnal ekonomi dan bisnis syariah*. Vol 6, No 1. DOI: <http://dx.doi.org/10.22373/ekobis.v6i1.13724>
- JAYADI, I. G. L. G., & ARDANI, W. (2024). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Pt. Sinar Sosro Tabanan. *Ganec Swara*, 18(3), 1568. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i3.1023>
- Kirana, C.A, Diana N, Rahmawati, 2024, (Pengaruh Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Ramah Lingkungan AQUA di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis UNISMA Angkatan 2020)), Vol 13. No. 01, e – *Jurnal Riset Manajemen*.
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Khomsin, M. A. ., Edris, M., & Utomo, J. (2023). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan, Inovasi Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian . *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(2), 107–124. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i2.1941>
- Kusumawati, O. Y., & Hayuningtias, K. A. (2022). Kualitas Produk, Resto Atmosphere, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 187–196. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.5290>
- Lelawati, N., Darmayanti, E. F., Fitriani, F., Ali, K., & Septiana, N.** (2024). The influence of green marketing and green product strategies on purchasing decisions (Case study: Le Minerale gallon water in Lampung). *Journal Eduvest*, 4(4), 2180-2193.
- Megasari Manik, C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- Miterianifa & Mawarni (2024). Penerapan MOdel Pembelajaran Literasi Lingkungan dalam Meningkatkan Pengtahuan dan Kesadaran Lingkungan. *Jurnal sains dan edukasi sains*. Vol 7. No 1 : 68-73. Doi : <https://doi.org/10.24246/juses.v7i1p68-73>
- Nabella, S. D., Munandar, A., & Tanjung, R. (2022). Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Tambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Measurement Jurnal Akuntansi*, 16(1), 97–102. <https://doi.org/10.33373/mja.v16i1.4264>
- Nandy. (2021). *Pengertian Green Marketing: Tujuan, Komponen, Manfaat & Contoh Penerapan*. Gramedia Blog. https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-green-marketing/#google_vignette
- Noorca, D. (2022). *Sampah Organik Paling Banyak di Kota Surabaya, Masyarakat Diminta Menghabiskan Makanan.* Suara Surabaya.

https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2022/sampah-organik-paling-banyak-di-kota-surabaya-masyarakat-diminta-menghabiskan-makanan/?utm_source#google_vignette

- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Panjaitan, M. A., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Milo (Konsumen Milo Domisili Surabaya). *INOVASI*, 10(2), 408–416. <https://doi.org/10.32493/Inovasi.v10i2.p408-416.36129>
- Plastic Pollution by Country 2024. (2025-03-09). World Population Review. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/plastic-pollution-by-country>
- Putra, R. P., & Djunaid, I. S. (2023). The effect of green marketing on purchase decisions in ecaps. *Gema Wiralodra*, 14(2), 858–863. <https://doi.org/10.31943/gw.v14i2.490>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putley. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistic (IJAS)*. Vol 4 No 1.
- Rahmawati, R., Nurhasan, R., & Rismanto, H. 2021, (Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian (pada Konsumen Air Mineral Ades di Garut), *Journal of Knowledge Management*, 15(1). <https://doi.org/10.52434/jkm.v15i1.1659>
- Rohmatul Ummat, & Kristina Anindita Hayuningtias. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AMBASSADOR DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NATURE REPUBLIC. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i6.1093>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sarah dan Sutar. (2020). Responsibility Terhadap Brand Image Dan. *Jurnal Ekobis*, 10, 33–47.
- Sugiyono. (2023). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sujarweni. (2020). METODOLOGI PENELITIAN BISNIS & EKONOMI. Penerbit : PUSTAKABARUPRESS.
- Soebiantoro, U., & Dwi, L. (2022). Pengaruh cita rasa dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian mie ayam yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 45-58. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood (Studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>

- Setiagraha, D., Junianto, M., & Muharramah, U. (2023). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Minimarket Alfamart Kota Palembang. *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(2), 82–91. <https://doi.org/10.56869/jmec.v2i2.509>
- Sejarah & Filosofi Perusahaan.* (2024). Indomaret. <https://www.indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Tanzares et al. (2024). The Impact of Willingness to Pay, Environmental Awareness, Consumer Behaviour, Consumer Attitudes towards Purchase Decisions on Sustainable Packaging in Indonesia. *Journal of Character and Environment (JOCAE)*. Vol 2, No 1 : 15-35. DOI: <https://doi.org/10.61511/jocae.v2i1.2024.878>
- Utami, H. M., & Sugiat, M. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Activities terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image , Brand Awareness , Brand Equity Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Avoskin. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 6–11. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3743>
- 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>
- Yusuf, A. R. B. ., Aminah, S., & Ariescy, R. R. . (2024). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Promosi Penjualan Dan Kualitas Aplikasi Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6115–6124. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.1957>