

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyantie, I. I. (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop Di Yogyakarta. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(2), 194. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i2.17152>
- Alfiantari, R., Saragih, S. L., & Muslim, T. (2024). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Kosep Dasar Manajemen Pemasaran Dalam Pasar Internasional*. 3(2), 1829–1838.
- Amrita, N. D. A., Suryawan, T. G. A. W. K., Idayanti, I. D. A. A. E., Putri, C. I. A. V. N., Suwastawa, I. P. A., Boari, Y., Daffa, F., & Judijanto, L. (2024). *Green Maketing (Dunia Baru dalam Dunia Marketing)* (Issue June). www.buku.sonpedia.com
- Diana Lita, Q. (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 2024–2035. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>
- Dini Nur Sofyan, S. P. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Galuh Kinanti, Supriyono, R. R. A. (2024). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah* Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.3908>
- Garnis, S., Pitaloka, D., & Fitriyasari, A. (2024). *Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier pada Mahasiswa STIE IBMT Surabaya* STIE IBMT Surabaya , Indonesia *Pengerrtiran Grerern Markertirng rangka mernirngkatkan kerserjahterraan manusira berrbasirs lirngkungan . 2(3).*
- Generasi, P., Produk, Z., Lingkungan, R., Prameswari, A. S., & Hariasih, M. (n.d.). *Green Marketing and Brand Image Affect the Purchase Decision of Generation Z on Green Products [Green Marketing dan Brand Image Mempengaruhi Keputusan*. 1–12.

- Jurnal, J., Mea, I., Marketing, G., Image, B., & Pengaruhnya, D. A. N. (2023). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 7(3), 383–398.
- Khansa, N., & Sigit, M. (2024). Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Brand Image dan Keputusan pada Pembelian Produk The Body Shop di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen : Selektia Manajemen*, 02(06), 66–78. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Kiftiah, T., Tarigan, E. D. S. T., Sahir, S. H., & Siregar, D. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Tupperware di Jalan Setia Budi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(2), 203–217. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v3i2.1283>
- Kirana, D. C., & Diana, N. (2020). *Vol. 13. No. 01 ISSN : 2302-7061*. 13(01), 383–391.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Made, N., & Rani, D. (2020). *Pengaruh Brand Image , Green Maketing Strategy , dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mc Donald ’* s. 5(1), 69–79.
- Maksum, A. R., Rois Arifin, & Hufon, M. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Riset Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Muhammad Nizar Arvila Putra, Nadia Ardyta Zahrani, Tsabita Az Zahra, Berliana Clara Bella, Arsyah Ghaniyyah Hariyadi, Dhea Salsa Fadhila, Sunny Akrom Al Abiyyu, Rahma Rini Khalisa Firdausi, Marchiko Naufal Justicio, Ahmad Kamalul Albar, & Pandu Firmansyah. (2024). Sampah Plastik sebagai Ancaman terhadap Lingkungan. *Aktivisme: Jurnal Ilmu Pendidikan, Politik Dan Sosial Indonesia*, 2(1), 154–165. <https://doi.org/10.62383/aktivisme.v2i1.725>
- Oktaviani, A. S., Dwinar, L., Santika, L. F. N., Hafsiah, S., Kamila, M., Nadzim, M., Aliza, N. I., & Kurniawati, M. (2024). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Indonesia. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 218–236. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28097>
- Rizka, P. F., Satria, R., & Muzdalifah, L. (2022). Keputusan Pembelian di Business Center Alamanda Delta Surya. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4(4), 452–461.

- Setiawan, C. K., Yanthy, S., Mahasiswa, Y., Dosen, D., & Unsurya, M. (2020). THE BODY SHOP INDONESIA (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Simatupang, S. R., Pudjoprastyono, H., & Mandasari, V. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1071. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2035>
- Suliyani, Garnis Diah Pitaloka, Iswati Iswati, Anis Fitriyasari, & Suyono Suyono. (2024). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier pada Mahasiswa STIE IBMT Surabaya. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 338–358. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i3.1244>
- Vira Setianing Tyas, Murry Harmawan Saputra, M. G. P. (2024). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Brand Image (Studi pada Konsumen Produk Innisfree di Purworejo). *E ISSN 3031 - 4569*, 6(1), 18–30.