

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Rama, D., & Atasa, D. (2024). Pengaruh Green Marketing dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Gwalk Surabaya Analysis of The Effect of Green Marketing and Consumer Behavior On Purchase Decisions at Fore Coffee Gwalk Surabaya. *Januari, 11*(1), 578–588.
- Alexander, H. B., & Primus, J. (2023, April 27). *Pimpin Kampanye Daur Ulang, Danone Ingatkan Pengelolaan Sampah Plastik Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Pimpin Kampanye Daur Ulang, Danone Ingatkan Pengelolaan Sampah Plastik”, Klik untuk baca: <https://lestari.kompas.com/read/2023/04/27/203733186/pimpin-kampanye-daur-ulang-danone-ingatkan-pengelolaan-sampah-plastik>*. .
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- American Marketing Association. (2021, July 5). *Definition of Marekting*. American Marketing Association.
- Andy Permana Putra, A. (2024). The Role Of Customer Experience, Brand Image And Trust On Consumer Repurchase Interests Of Indomaret Porong Branch Peran Pengalaman Pelanggan, Citra Merek Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Indomaret Cabang Porong. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Bagaskara, N. N., & Ngatno. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis, X*(1), 726–735. www.astra-honda.com
- Budiyono, R., & Sulisty, H. (2022). Influence of Brand Image, Brand Trust and Perceived Product Quality on The Purchasing Decision. *JEE, 11*(1), 198–207. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Cahyadi, I. G. N. W., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Fotaqua Di Badung Bali. *Values, 1*(4), 152–159.
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Chan, A., & Raharja, S. J. (2023). Eksplorasi Penelitian Digital Marketing Pada Koperasi: Suatu Studi Pemetaan Sistematis. *AdBispreneur, 7*(3), 319–336. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i3.41808>
- Damarayudha, T. R., Sadat, A. M., & Febrillia, I. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Intention Dengan Enviromental Knowledge Sebagai Variabel Moderator: Survei Pada Toko Furtinutire Modern. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance, 3*(2), 306–322. <https://doi.org/10.53067/ijebe>
- Ding, Q., & Zhu, H. (2023). The Key to Solving Plastic Packaging Wastes: Design for Recycling and Recycling Technology. *Polymers, 15*(6), 1–22. <https://doi.org/10.3390/polym15061485>

- Dipta Adawiya, A., Kastaman, R., & Syahmurman Program Studi Teknologi Industri Pertanian, F. (2024). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Susu Oatside sebagai Produk Hijau pada Mahasiswa di Kota Bandung The Influence of Green Marketing Mix on the Purchase Decision of Oatside Milk as a Green Product among College Students in Bandung City. *Januari*, 11(1), 352–359.
- Eldrie George Talapessy, Hisar Pangaribuan, & Meidy Lieke Karundeng. (2025). Pengaruh Green Accounting terhadap Kinerja Perusahaan dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 1007–1021. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.597>
- Fadila Ahmad, Ida Hidayanti, & Johan Fahri. (2022). The Effect Of Product Quality And Brand Image On The Purchase Decision Of Ms.Glow Skincare Products Through Purchase Interest As A Mediation Variable In Users Of Ms.Glow Skincare Products In Ternate. *Journal of Management and Islamic Finance*, 2(2), 240–258. <https://doi.org/10.22515/jmif.v2i2.5244>
- Ghobbe, S., & Nohekhan, M. (2023). *Mental Perception of Quality: Green Marketing as a Catalyst for Brand Quality Enhancement*.
- Hair. J.f., G. T, H., & C.M, R. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.
- Hariyanti, N. T., Rudijanto W.W, E. T. D., & Siswanto, E. (2023). Effect of Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision through Customer Satisfaction, a Study on Azarine Buyers in Malang City. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(02), 291–297. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v1i02.147>
- Hidayat, T. R., Indrawati, I., & Herlina, T. (2020). Biodegradation Styrofoam by Soil Bacteria from Sarimukti Cipatat Bandung Final Disposal Site. *Al-Kauniah: Jurnal Biologi*, 13(2), 218–227. <https://doi.org/10.15408/kauniah.v13i2.14529>
- Ghozali, L. (2021). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.29*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iba, D. Z., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skalapengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif* (P. Mahir, Ed.). euramediaaksara.
- Islami, P. B., Rizal, E., & Mulyana, S. (2024). Strategi Pengembangan Brand Identity dalam Industri Fashion Brand HIRKA Shoes. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(2), 505–518. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i2.1211>
- Kadek, N., Wandasari, R. D., Wayan, N., Mitariani, E., & Imbayani, G. A. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Sedaap Di Kota Denpasar*
- Kiftiah, T., Dewi, E., Tarigan, S., Sahir, S. H., & Siregar, D. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap The Effect of Green Marketing and Brand Image on Buying Decisions for Tupperware on Jalan Setia Budi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(2), 203–217. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v3i2.1283>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.).
- Lestari, T. O., & Rahmi, P. P. (2025). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans di E-Commerce. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 8(13), 13–26.
- Mega Puspita, C., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(3).
- Mubarok, R. (2024). Pengaruh Green Marketing Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Aqua Di Sukabumi. *Jurnal Multidisiplin*, 2(3), 499–509. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Ni Luh Putu, S. (2021). *Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffe DI Denpasar*. Universitas Mahasaraswati.
- Ni Putu Wiwik, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada POD chocolate Bali*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Ortega Alvarado, I. A., Sutcliffe, T. E., Berker, T., & Pettersen, I. N. (2021). Emerging circular economies: Discourse coalitions in a Norwegian case. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 360–372. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.011>
- Ragil Widiyanto Atmojo, I., Purnama Adi, F., Ardiansyah, R., Yuniasih Saputri, D., & Guru Sekolah Dasar, P. (2023). DEDIKASI: Community Service Reports Memanfaatkan Sampah Plastik Menggunakan Metode Ecobrick sebagai Solusi untuk Mengurangi Limbah Plastik Article History. *DEDIKASI: Community Service Reports*, 6(1), 36–45.
- Rashid, S., Majeed, L. R., Mehta, N., Radu, T., Martín-Fabiani, I., & Bhat, M. A. (2025). Microplastics in terrestrial ecosystems: sources, transport, fate, mitigation, and remediation strategies. In *Euro-Mediterranean Journal for Environmental Integration*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/s41207-025-00766-6>
- Sapta Anggraini, S., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, P., & Terbuka, U. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 5(1), 87–95.
- Sari, A. J., Udayana, I., & Cahya, A. D. (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.
- Setiawan, B., Anwar, F. S., Sulistya, D., Febriansyah, D., Fadhillah, H. N. I., & Safitri, A. A. (2025). Pengertian Statistika Dan Skala Pengukuran. *Mercu Buana*, 1.

- Setiawan, C. K., & Yanthy, S. Y. (2020). The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10, 1.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan* (A. Nuryanto, Ed.). Alfabeta.
- Syoftika, R. T., & Rahmiati, R. (2025). Building Lasting Relationships: CRM Strategies and Customer Loyalty Maxim. *Journal of Management and Administration Provision*, 5(1), 50–60.
<https://doi.org/10.55885/jmap.v5i1.521>
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)* (4th ed.). Andi.
- Yazid, Y., & Kawiryan, H. (2023). How to improve brand image: The role of customer attitude, brand familiarity, brand awareness, and brand extension. *Asian Management and Business Review*, 199–209.
<https://doi.org/10.20885/ambr.vol3.iss2.art7>
- Yulia, S., Purba, Y., Listyorini, S., Pradhanawati, A., Bisnis, A., & Diponegoro, U. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Natasha Skincare (Studi Pada Konsumen Natasha Skincare Semarang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 1).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79.
- Zaky, M. H., & Purnami, N. M. (2020). Green Marketing Mix Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Big Tree Farms Di Lotus Food Services. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 678.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p14>