

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R., Agustina, T., & Kusdyah, I. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, People, Dan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Training Pada Pt Sinergi Business Solution Di Kota Malang*. 1(1), 1–81.
- Alshura, M. saleem, & Zabadi, A. M. (2016). *Impact Of Green Brand Trust, Green Brand Awareness, Green Brand Image, And Green Perceived Value On Consumer's Intension To Use Green Products: An Empirical Study Of Jordanian Consumers*. 4(2), 1423–1433.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar)*. 5(1), 99–108.
- Astini, R. (2016). *Implikasi Green Brand Image, Green Satisfaction Dan Green Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Amdk Galon Merk Aqua Di Wilayah Serpong Utara)*. XX(01), 19–34.
- Baca, G., & Reshidi, N. (2025). *Green Branding and Consumer Behavior, Unveiling the Impact of Environmental Marketing Strategies on Purchase Decisions*. 2022, 3701–3713. <https://doi.org/10.1002/bse.4172>
- Bernal, I. C. (2022). *Green Branding: Ruta Eco-Amigable Para El Sector Hotelero En La Construcción De Una Marca Verde*.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=ikI6EAAAQBAJ>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=Rkh4EAAAQBAJ>
- Cruz-tarrillo, J., Inaguazo, J., Rodriguez-rosales, C., Tarrillo-paredes, J., & Paz-vilchez, J. E. (2025). *Design and validation of the brand personality scale in*

food industries. August. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1600664>

Davis, M. (2017). *The Fundamentals of Branding*.

Digital, R. (2025). *List of Coffee Shops in Indonesia.*
<https://rentechdigital.com/smartscraper/business-report-details/list-of-coffee-shops-in-indonesia>

Dimilna, R., Nengsih, T. A., & Ningsih, P. A. (2023). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ecobag Di Indomaret (Studi Pada Indomaret Nusa Indah Kota Jambi).* 1(2).

Evelyna, F. (2021). *Theory Of Planned Behavior untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial.* VIII(1), 1–19.

Gavrila, A. (2025). Jumlah Timbulan Sampah Naik, Danantara Siapkan Teknologi Baru untuk Pengolahan Sampah di Indonesia. In *GoodStats.*
<https://goodstats.id/article/danantara-mempersiapkan-teknologi-baru-untuk-pengolahan-sampah-di-indonesia-SJ5Io>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamdi, I. (2024). *Pengaruh Ulasan Produk, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan di Marketplace Shopee terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Toko JJ Sport Wear Yogyakarta.* Pengaruh Ulasan Produk, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan di Marketplace Shopee terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Toko JJ Sport Wear Yogyakarta

Hasniati, Indriasari, D. P., & Sirajuddin, A. (2025). *Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Produk Online dengan Customer Satisfaction sebagai Variable Intervening.* 1(2), 11–23.

Isa Mulyadi, A., & Zuhri, S. (2020). Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “MOENG KOPI” Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi,* 10(2), 109–124. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.109-124>

- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=98AoEAAAQBAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=o5YZCgAAQBAJ>
- Kriyantono, P. R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Edisi Kedua*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=yrkFEQAAQBAJ>
- Loindong, A. S. G., Tewal, B., & Sendow, G. M. (2023). *Pengaruh Locus Of Control Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Era Andemi Covid-19 (Studi Kasus Di Kantor Satpol-Pp Kota Tomohon)*. 11(4), 110–121.
- Lumwartono, D., & Hanafiah, A. (2025). *The Influence of Green Innovation and Digital Experience Strategies on Green Purchase Intention Through Environmental Awareness Mediation in Gen Z Consumers : A Case Study of Using a Tumbler at Janji Jiwa Coffee Shop*. 4(8), 1211–1226.
- Maktita, N., & Panjaitan, H. (2023). *Pengaruh Digital Marketing , Brand Image , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Skincare Lokal Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*. 2(4).
- Mourad, M., & Ahmed, Y. S. E. (2012). *Perception of green brand in an emerging innovative market*. 1999. <https://doi.org/10.1108/14601061211272402>
- Mulyadi, T., Rusmardiana, A., Aulia, M. R., Yanti, D., & Hamidi, D. Z. (2023). *Cafe marketing communication based on sustainability - environmentally friendly of kopi nako alam sutera*. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(4), 554–566. <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i4.6892>
- Mutmainah, I., Marwanti, S., & Agustono. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Kecil Di Kota Surakarta*. 10(4), 112–125.

- Neuman, W. (2021). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
<https://books.google.co.id/books?id=s1lGzWEACAAJ>
- Nurchaya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (2024). *Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik*. 1(12), 472–481.
- Octaviani, E., & Ardiansyah, I. (2025). *The Influence Of Green Marketing On Consumer Purchase Decisions At Kopi Nako Daur Baur Senayan Park Pengaruh*. 8(2023), 1873–1883.
- Pransiska, L., Hardilawati, W. L., & Yuslim. (2025). *Pengaruh persepsi harga, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian ulang pada brand jims honey di kota pekanbaru*. 4(1), 1564–1576.
- Pujianto, A. B., Purnama, S., Sinaga, J., & Ridwan, F. A. (2025). *Green Branding : Bagaimana Keberlanjutan Mempengaruhi Loyalitas Merek Konsumen dan Keputusan Pembelian*. 24(1), 81–95.
- Purwanto, N., Budiyo, & Suhermin. (2022). *Theory Of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word Of Mouth Pada Konsumen Marketplace Penulis*.
- Rachmawati, D., Udriyah, & Dewi, N. F. (2024). *Analisis Strategi Green Branding Sebagai Usaha Menciptakan Sustainable Competitive Advantage Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Di Era Ekonomi Global Pada Brand Fashion Lokal Kota Bandung*. 17(1), 42–56.
- Rahmadhani, A. V., & Widodo, A. (2023). *Pengaruh Green Brand Image , Green Brand Trust , Green Brand Awareness dan Green Brand Satisfaction terhadap Purchase Intention pada Konsumen Air Mineral Merek Aqua The Influence of Green Brand Image , Green Brand Trust , Green Brand Awareness and Green B*. 14(225), 393–405. <https://doi.org/10.33059/jseb.v14i3.3891>.Article
- Rahmawati, K. N., & Sukaris. (2024). *Pengaruh Online Customer Review,*

- Customer Experience dan Trust Terhadap Keputusan Beli Ulang*. 10–12.
<https://doi.org/10.35134/ekobistek.v13i4.856>
- Romansyah, A. Y. D. P., Zhalila, A., & Muhammad, A. F. (2024). *Analisis Penerapan Green Marketing Pada Fore Coffee Makassar*. 1(1), 45–54.
- S. Patil, B., Kaur, J., Khan, S. W., Sharma, S. K., & Hayavadana, J. (2026). *Green Branding and Sustainable Consumer Behaviour : A Study*. 2026(1), 340–347.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tan, Z., Sadiq, B., Bashir, T., Mahmood, H., & Rasool, Y. (2022). *Investigating the Impact of Green Marketing Components on Purchase Intention : The Mediating Role of Brand Image and Brand Trust*.
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). *Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri*. 1.
- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*.
- Yusuf, M. A., Herman, Trisnawati, H., Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). *Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya*. 06(02), 13331–13344.
- Yusuf, & Nwankwerre. (2024). *Branding and Organizational Performance : Insights from Food and Beverage Firms in Lagos State , Nigeria*. 3(7), 251–258. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V3I7P127>