

DAFTAR PUSTAKA

- Asean-csr-network.org.(2016). *Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah*. Diakses pada tanggal 19 Mei 2021, dari <https://www.asean-csr-network.org/c/news-a-resources/media-coverage/920-riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI.
- Assauri, Sofjan. (2016). *Manajemen Operasi Produksi (Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan)*. Edisi 3. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Almuariief (2016). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Studi Pada Air Minum Dalam Kemasan Ades)*. Skripsi pada Universitas Negeri Yogyakarta.
- Andrina, C, A. (2019). *Analisis Pengaruh Theory Of Planned Behaviour, Nilai Yang Dirasakan, Dan Ketersediaan Untuk Membayar Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen The Body Shop di Citraland Semarang)*. Skripsi pada Universitas Dipenogoro.
- Aldoko, Dicky, Suharyono dan Edy Yuliyanto. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Produk Tupperware). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 40, No.2.
- Armstrong, Kotler .(2015). *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Agustin, D, R., Kumadji,. & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No. 2.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Binus.ac.id. (2021). *Green Marketing*. Diakses pada tanggal 26 mei 2021, dari <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/05/20/green-marketing/>
- Csrindonesia.com. (2019). *A leading sustainability consultant*. Diakses pada tanggal 19 mei 2021, dari <http://csrindonesia.com/>
- Cyhntia, T. (2016). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam rangka Konservasi

- Lingkungan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. *Ejournal Unsrat*. Vol. 5, No.6.
- Chen, Yu Shan. (2014). The Driver of Green Innovation and Green Image- Green Core Competence. *Journal of Business Ethics*. Volume 81 Tahun 2014. Pg 531-543.
- Dwi, H. (2017). *Pengaruh Green Brand Image (Citra Merek Ramah Lingkungan) Dan Green Price Sensitivity (Sensitivitas Harga Ramah Lingkungan) Terhadap Green Purchase Intention (Minat Beli Produk Ramah Lingkungan) Pada Mobil Suzuki Wagon R Di JAKARTA*. Skripsi pada Universitas Negeri Jakarta.
- Darmajaya, D., & Sukawati, R. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 12.
- Dahlstorm, Robert . (2010). *Green Marketing Management*, United States of America : South-Western Cengage Learning.
- Durianto, Darmadi (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Diki Ismatulloh (2016) *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Perumahan Sari Wates Residence*. Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama, Bandung.
- Ekonomi.bisnis.com. (2016). *IKEA Indonesia Raih Predikat Customer Engagement Terbaik di Pride in Performance Awards*. Diakses pada tanggal 19 mei 2021, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20160515/12/547568/ikea-indonesia-raih-predikat-customer-engagement-terbaik-di-pride-in-performance-awards>.
- Ekonomi.bisnis.com. (2015). *Ikea Indonesia Raih Most Value Brands 2015*. Diakses pada tanggal 26 Mei, 2021 dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20160326/12/531512/ikea-indonesia-raih-most-valuable-brands-2015>.
- Fikasari, Fikasari And Drs. Basuki, Rahardjo, M.S (2018) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Cv.Surya Motor Sragen)*. Skripsi Thesis, Iain Surakarta.
- Femina.co.id. (2016). *Proyek Blue Bag Ikea Peroleh Penghargaan Customer Engagement Terbaik*. Diakses pada tanggal 21 mei 2021 dari <http://dev-web.femina.co.id/Trending-Topic/proyek-blue-bag-ikea-peroleh-penghargaan-customer-engagement-terbaik>.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.
- Greenpeace.org. (2017). *Ekspansi Perkebunan Sawit, Korupsi Struktural dan Penghancuran Ruang Hidup di Tanah Papua*. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <https://www.greenpeace.org/static/planet4-indonesia/stateless/2020/09/142558eb-ekspansi-perkebunan-sawit-korupsi-struktural.pdf>.
- Gita, H. (2019). *The Impact of Green Marketing on Purchase Intention through Brand Image: A case study on IKEA Alam Sutera, Tangerang*. Skripsi pada Universitas

Brawijaya.

Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang

Housingestate.id. (2017). *Tiga Tahun di Indonesia Ikea Dikunjungi 79 Juta Orang*. Diakses pada tanggal 26 Mei, 2021 dari <https://housingestate.id/read/2017/10/16/tiga-tahun-di-indonesia-ikea-dikunjungi-79-juta-orang/>.

Haryani, D. (2020). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen The Body Shop*. Skripsi Universitas Darmajaya Lampung.

Himawan, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Minat Beli. Notebook Acer*. Skripsi Pada Universitas Negeri Yogyakarta.

Hair, J. F., G.T.M. Hult, C.M. Ringle, dan M. Sarstedt. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publications, Inc

Ikea.co.id. (2021). *Company Information*. Diakses pada tanggal 19 maret 2021, dari <https://www.ikea.co.id/en/about/ikea-company>.

Irاندust, Mozghan dan Naser Bamdad. (2014). The Role Of Customer's Believability and Attitude In Green Purchase. *Journal Of Bussiness and Management Review*. Vol, 3.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.

Johansyah, D, M. (2019). *The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users)*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol 9, Issue 12.

Kompas.com. (2011). *Ini alasannya, Lampu LED perlu anda pertimbangkan!*. Diakses pada tanggal 26 mei 2021, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2011/06/22/16055717/ini.alasannya.kenapa.lampu.led.perlu.andapertimbangkan>.

Kompas.com. (2021). *Peduli Lingkungan, IKEA Buktikan Kontribusi Lewat Produk dan Pelayanan*. Diakses pada tanggal 30 mei 2021, dari <https://www.kompas.com/homey/read/2021/04/24/143000876/peduli-lingkungan-ikea-buktikan-kontribusi-lewat-produk-dan-pelayanan?page=all>.

Kemenperin.go.id. (2020). *Sepanjang 2019, Sektor Industri Unggulan Tumbuh Melesat*. Diakses pada tanggal 20 maret 2021, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/21492/Sepanjang-2019,-Sektor-Industri-Unggulan-Tumbuh-Melesat>.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.

_____. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Keller Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.

- Karlina, G. & Setyorini, R. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Mediator. *Management & Accounting Expose*. Vol. 1. No. 2, Hal 56-65.
- Khaerunnisa, B. (2019). Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli AMDK Merek AQUA di Kalangan Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*.
- Karundeng, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8, No.2.
- Kaskojo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Perusahaan Mebel UD. Lumintu Tegalsari-Ambulu. *Majalah Ilmiah "DIAN ILMU"*. Vo. 16. No.1.
- Latofi.com. (2017). *Indonesia Green Awards*. Diakses pada tanggal 19 mei 2021, dari <https://latofi.com/indonesia-green-awards-2017>.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mediaindonesia.com. (2018). IKEA Raih Community Engagement Award 2018. Diakses pada tanggal 19 mei 2021, dari <https://mediaindonesia.com/weekend/206859/ikea-raih-community-engagement-award-2018>.
- Marwanto, Aris. (2015). *Marketing sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- Mulyani, A. (2018). Industrialisasi, Pencemaran Lingkungan dan Perubahan Struktur Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Biology Science & Education*. Vol. 7, No.2.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 40 No.1.
- Meilyna, R. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK Ades (Studi Pada Konsumen Produk Air Minum dalam kemasan ADES di Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*. Vol. 4, No.1.
- Mix.marcomm.co.id. (2016). *Pertarungan Dua Retailer Global Ikea dan Courts di Jabodetabek*. Diakses pada tanggal 1 Agustus 2021, dari <https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/marketing-strategy/pertarungan-dua-retailer-global-ikea-dan-courts-adu-strategi-menggaet-konsumen/>.
- Negara, E, D, N., Perwangsa, I., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap minat beli pada Gerai Starbucks di Kota Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 61, No.2.

- Nomleni, W., Mulyandi, R., & Susanto, W. (2020). Analisis Hubungan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli IKEA Indonesia. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*. Vol 2 No 3.
- Naftalia, C., & Suparna. (2017). Pengaruh Green Brand Image dan Green Perceived Value terhadap Green Trust dan Green Brand Equity pada Produk Jamu Sido Muncul Di Kota Denpasar dengan Green Trust sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 12.
- Nico Rifanto Halim, Donant Alananto Iskandar (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol. 4, No.3
- Osiyo, A, K, M. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Vol. 5, No. 2.
- Purnomo, E. (2016). *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)*. Skripsi pada Universitas Pasir Pengaraian.
- Pratiwi. (2018). *Teori Organisasi Klasik*. Diakses pada tanggal 30 Mei 2021, dari <https://tiwiid.wordpress.com/2018/03/14/121/>.
- Pratiwi, I, H., Octavia, A., & Machpuddin, A. (2019). Analisis Green Brand Positioning Produk Kosmetik Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Dan Perilaku Pasca Pembelian Produk The Body Shop Di Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi*. Vol. 1, No. 1.
- Pertiwi. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentuk Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Vol. 8, No. 2.
- Priansa, D, J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Pramono. (2015). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Pancoro, A, I., & Zuliestina, D. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Pada Gerai Starbucks Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*. Vol. 5, No. 2.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rafsandjani, Rieza Firdian. (2017). *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: Kautsar Abadi.
- Ramayah, T., dkk. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using Smart PLS 3.0 (2nd ed)*. Kuala Lumpur.
- Rambling, P., Tumbel, A., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Strategi *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan, AQUA di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 3, No.2.

- Ramayah, T., Lee, J., & Lim, S. (2012). Sustaining the environment through recycling: an empirical study. *Journal of environmental management*. Vol. 102. Pages: 141-147.
- Romadon, Y. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image Dan Struktur Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Account Twitter @Pertamaxind Pengguna Bahan Bakar Ramah Lingkungan Pertamina Series). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol, 15, No. 1.
- Ridho, C, A. (2019). Pengaruh Persepsi Green Product Dan Green Brand Image Terhadap Minat Beli Rumah Ramah Lingkungan Pada Generasi Y Di Surabaya. *Jurnal Peforma*. Vol. 4, No. 3.
- Rita. (2017). *Green Marketing*. Diakses pada tanggal 19 mei 2021, dari <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/05/20/green-marketing/>.
- Rahayu, L, M, P., Abdillah., & Mawardi. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 43 No.1.
- Riduwan, & Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Santoso, Singgih. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sholihin, M., dan Ratmono, D. (2013). *Analisis SEMPLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suwastiari, N, L, P., Anggraini, N, P, L, & Jodi, S, A. (2021). Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbuck Coffee di Denpasar. *Jurnal EMAS*. Vol. 2, No.1.
- Setiadi, Nugroho J. (2015). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta : PT. Kharisma Putra Utama.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (2nd ed.; R. Sikumbang, ed.)*. Bogor.
- Singh, Preeti. (2010). *Green Marketing: Opportunity for Innovation and Sustainable Development*. pp.1-12.
- Setiawan, A. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari Eco Desa Sembung Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol. 9, No.16.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Satria, A. A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36*. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 45–53.
- Sudrajad, Gilang & Mudiantono (2014) *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Buck Store di Semarang)*. Skripsi pada Universitas Dipenogoro.
- Sumarwan, Ujang, A.G, Prihartono, A.W Sumarlin, D.A. Mamahit, E. Purnomo Hadi, J. Hasan, M. Ahmady, R. Wulandari, T. Haryono. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri 2*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Similarweb.com. (2021). *Website IKEA.com*. Diakses pada tanggal 20 mei 2021, dari <https://www.similarweb.com/website/ikea.com/>.
- Surtani. (2015). Efek Rumah Kaca Dalam Perspektif Global (Pemanasan Global Akibat Efek Rumah Kaca. *Jurnal Geografi FIS UNP*. Vol.4, No. 1.
- Savitri, M.H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Hijau dan Harga Premium terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Tuppeware PT Adicitra Prima Kencana Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 40 No. 2.
- Simão, Lída, and Ana Lisboa. (2017) . Green Marketing and Green Brand – The Toyota Case. *Procedia Manufacturing*. Vol, 12. Page:183–94.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi pertama. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Siwandana, I Komang Lowis., & Wardana, I Made. (2017). Peran Green Trust Memediasi Pengaruh Green Brand Image Terhadap Green Brand Equity Pada Produk Hijau. *E- Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. Vol. 6, No. 4.
- Vinda, L, W, & Pujotomo, D. (2015). Analisi Penaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Starbucks Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, Vol. 4.No. 4.
- Wicaksono, U, P., & Mudiantono. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Prproduk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata Di Semarang. *Diponogoro Journal of Management*. Vol. 6, No,2.
- Wibowo, R. (2021). *Pengaruh Green Brand Image Terhadap Minat Beli Converse Renew Canvas*. Skripsi pada Universitas Telkom.
- Wolok, T. (2019). Analysis of The Effect of Green Marketing on Consumer Purchasing Decisions on The Body Shop Gorontalo Product. *International Journal of Applied Business and International Management*. 4(2):75-86
- Yeng, Wong Fui dan Rashad Yazdanifard,. (2015). *Green Marketing: A Study of Consumers' Buying Behavior in Relation to Green Products*. United States:

Global Journal of Management and Business. Vol. 15 pp.17-23.

Yi-Chun Huang and Minli Yang. (2014). Effects of green brand on green purchase intention. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 32, No.3.

Yusuf, M, & Nasrul. (2019). The Effect Of Green Marketing On Purchase Decision And Its Impact On Customer Satisfaction On Liya Togo Village Woven Product Wakatobi District. *Journal of Business and Management*. Vol. 21, No.7.

Yu-Shan Chen & Shu-Tzu Hung & Ting-Yu Wang & A-Fen Huang & Yen-Wen Liao, (2017). The Influence of Excessive Product Packaging on Green Brand Attachment: The Mediation Roles of Green Brand Attitude and Green Brand Image," *Sustainability*, MDPI, *Open Access Journal*. Vol. 9(4)

Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio e-kons*. Vol. 10, No.3.