

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis - Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Febri, Timotius, & Teofilus. (2020). *SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Rafsandjani, Rieza Firdian. (2017). *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: Kautsar Abadi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Ayu, C. P., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap *Brand Image* The Bodyshop Pada Store Festival Citilink Bandung. In *e-Proceeding of Management* (pp. 446–453).
- Anggraini, P, A. (2017). Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita pada Pemakaian Make Up. Retrieved 10 Juli 2022 from <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/12/15/090000220/perbedaan-persepsi-pria-dan-wanita-pada-pemakaian-make-up?page=all>.
- Azzahra, B., & Afriani, L, A. (2021). Dampak dari Pengetahuan Konsumen Mengenai Kosmetik Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*. Vol, 2. No,1. ISSN 2721-1495
- 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.
- Akbar, M. A. A., Zuliestiana, D. A., Prodi, S., Bisnis, M., & Ekonomi, F. (2019). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN GREEN*

PRODUCT PADA STARBUCKS DI KOTA BANDUNG FACTORS AFFECTING CONSUMER GREEN PRODUCT PURCHASE DECISIONS AT STARBUCKS IN BANDUNG 6(2), 2251–2257.

- Alfa, A. A. G., Rachmatin, D., & Agustina³, F. (2017). ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING PARTIAL LEAST SQUARE. *International Conference on Infrared, Millimeter, and Terahertz Waves, IRMMW-THz*, 59–71. <https://doi.org/10.1109/IRMMW-THz.2014.6956015>
- Arista, a E. D., & Astuti, S. R. T. (2021). dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Arista , Astuti*, 13(1), 37–45.
- Dwipamurti, I. G., Mawardi, M. K., & Nuralam, I. P. (2018). The Effect of *Green marketing* on *Brand Image* and Purchase Decision (Study on Consumer of Starbucks Café Ubud, Gianyar Bali). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3), 57-64.
- Falcon, E. (2020). kampanye The Body Shop FOREVER AGAINST ANIMAL TESTING. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Gammudi, A. K. El, Salim, U., & Sabil, A. (2021). The international journal of accounting and business society. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 26(1), 56–89.
- Genoveva, G. (2016). Factor Affecting Consumers’ Green Purchase Bhavior (An Empirical Study of Indonesia Pay Plastic Policy). *International Journal of Business, Economics and Law*, 10(2), 31–36.
- Genoveva, G. &. (2019). The *Green marketing* Mix: A Review of Customers’ Bodyshop Purchase Intention. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 400–409.
- Genoveva, G., & Samukti, D. R. (2020). Green Marketing: Strengthen The Brand Image and Increase The Customer’s Purchase Decision. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 367–384. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i3.004>
- International JOurnal of Advanced and Applied Science*, 5(2), 127-135.
- Islam, D. (2018). Tinjauan Penerapan Konsep Green Marketing. *Jurnal Pamator*, 11(1), 10–18.

- Kewakuma, A. S. V., Rofiaty, R., & Ratnawati, K. (2021). The Effect of Green Marketing Strategy on Customer Loyalty Mediated by Brand Image. *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.18196/jbti.v12i1.10691>
- Kristiana, I. G. A. A. D. (2018). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Konsumen Air Minum dalam Kemasan di Kabupaten Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 19–31.
- Kusnandar, D. L., & Rinandiyana, L. R. (2021). The influence of green marketing on consumer environmental awareness. *Agriculture and Forestry*, 67(2), 21–36. <https://doi.org/10.17707/AgricultForest.67.2.02>
- M, A. K., & Samuel, H. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–9.
- Mahmoud, T. O., Ibrahim, S. B., Ali, A. H., & Bledy, A. (2017). The Influence of Green Marketing Mix on Purchase Intention: The Mediation Role of Environmental Knowledge. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(9), 1040. <https://doi.org/10.14299/ijser.2017.09.006>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Musay, F. P., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., Perusahaan, C., & Pemakai, C. (2018). *Brand image purchase intention*.
- Mahmoud, T. O. (2018). Impact of *Green marketing* Mix on Purchase Intention.
- Mahmoud, T. O., Ibrahim, S. B., & Bledy, A. (2017). The Influence of *Green marketing* Mix on Purchase Intention: The Mediation Role of Environmental Knowledge. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 1040-1048. *Mudah*. Yogyakarta: ANDI.
- Nguyen, N. T. (2018). Impact of *Green marketing* on Green Brand Image and Equity in Banking Sector. *WSEAS Transaction on Business and Economics*, 15, 452-460.

- Nguyen, N. T., & Nguyen, D. T. (2018). Impact of *Green marketing* on Green Brand Image and Equity in Banking Sector. *WSEAS Transaction on Business and Economics*, 15, 452-460. *Procedia Manufacturing*, 12, 183–194.
- 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.
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–11.
- Romadoni, P. (2017). Pengaruh Citra Merek Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Pengguna Gadget Merek Xiaomi di Counter Trijaya Xiaomi Centre Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 50 No. 2.
- SAEED, S., & BASHIR, U. (2020). *IMPACT OF GREEN MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY: MEDIATING ROLE OF CUSTOMER TRUST*. 09(May).
- Sawitri, D, T., & Rahanatha, B, G. (2019). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 8, 2019 :5267-5284
- Sari, I., & Setiawan, P. (2017). Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(7), 250817.
- Setyawati, H. A., Kartinah, S., & Manajemen, P. S. (2017). Penerapan Green Marketing Melalui Desain Produk Dan Promosi Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Pro Bisnis*, 10(2), 16–26.
- Steven, & Pratiwi, R. (2020). Pengaruh Green Marketing, Green Brand Image, Packaging, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas (Survey Pada Pelanggan Starbucks di Kota Pontianak). *Jurnal Produktivitas: Jurnal ...*, 7(2), 189–195.
<http://openjurnal.unmuhpknk.ac.id/index.php/jp/article/viewFile/2196/1532>
- Syamsurizal, & Ernawati, S. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROCKET CHIKEN Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi (STIE) Bima Email : syamsurizal.stiebimal6@gmail.com Sekolah
Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima Email : sriernawati.stiebima@gmail.com
ABSTRAK Penelitian ini. *Jurnal Brand*, 2(2), 177–183.

Simão, L. &. (2017). *Green marketing* and Green Brand – The Toyota Case. *Procedia Manufacturing*, 12, 183-194.

Simão, L., & Lisboa, A. (2017). *Green marketing* and Green Brand – The Toyota Case.

Solihin, F., Yulisetiari, D., Wihelmina, I. D., & Wardana, F. R. (2019). The Effect of *Green marketing* Strategy On Purchasing Decisions: A Review Of Previous Research. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH VOLUME 8, ISSUE 12*, 3662-3665.

Sari, I., & Setiawan, P. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Packaging Terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(7), 3820–3849.

Wijiyanty, M., Hamid, F. Z., & Kurniawan, R. (2016). Pengaruh Brand Image terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta. *Epigram*, 13(1), 65–72.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32722/epi.v13i1.811>

Skripsi

Arifia, D. D. (2019). Pengaruh Green Branding terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral AQUA. *Skripsi Universitas Sriwijaya*.

Ruga, G. M. (2019). *Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Studi pada Konsumen Naavagreen di Universitas Sanata Dharma*. 7–26.