

## DAFTAR PUSTAKA

- Althazia, D., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk You Transmart Padang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2), 601-615. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i2.199>
- Annur, C. M. (2022). Ragam Bentuk Kepedulian Konsumen Muda pada Lingkungan. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/16/survei-banyak-anak-muda-semakin-peduli-terhadap-lingkungan>
- Anwar, A. B. W. (2022). Pengaruh Persepsi terhadap *Green Marketing*, *Brand Image*, dan Gaya Hidup pada Kepuasan Pelanggan Starbucks. *Repository Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN*. <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/id/eprint/199>
- Apriliya, S. (2023). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Richeese Factory dengan *Brand Image* sebagai Variabel Moderasi. *Repository Unisma Bekasi*. <http://repository.unismabekasi.ac.id/id/eprint/3911>
- Ardi, N., & Isnayanti. (2020). *Structural Equation Modelling-Partial Least Square to Determine the Correlation of Factors Affecting Poverty in Indonesian Provinces*. IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 846. doi:10.1088/1757-899X/846/1/012054
- Arif, M., & Syahputri, A. (2021). *The Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty with Consumer Satisfaction as a Intervening Variable at Home Industry*. *Journal of International Conference Proceedings*, 9(1), 23-31. <https://doi.org/10.32535/jicp.v4i2.1274>
- Artino, A., Konge, L., & Park, Y. (2020). The positivism paradigm of research. *Academic medicine. Journal of the Association of American Medical College*, 95(5), 690-694.
- Aslam, A. P., Parawansa, D. A. S., & Putra, M. A. . F. A. (2023). *Green Marketing Campaign and Loyalty Customer : A study from Starbucks Makassar Customers*. *Economics and Business Journal (ECBIS)*, 1(4), 339–348. <https://doi.org/10.47353/ecbis.v1i4.40>

- Baktash, L., & Talib, M. A. (2019). Green marketing strategies: exploring intrinsic and extrinsic factors towards green customers' loyalty. *Calitatea*, 20(168), 127-134.
- Bhaswara, Y. B., Patrikha F, D. (2021). Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(3). <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i3.9991>
- Cahyono, N. E., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace di Kota Malang). *JEMBA: JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 1(4), 503-516. Retrieved from <https://www.bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/2605>
- Chinna, D. F. G., Soegoto, A. S., & Djemly, W. (2022). Analisis kualitas produk, citra merek, dan harga pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada produk Wardah kosmetik di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 295-306. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40909>
- Erdian, N. (2021). *Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Terhadap Loyalitas Produk Wakai (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Riau)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Evi, T., & Rachbini, W. (2022). PARTIAL LEAST SQUARES (TEORI DAN PRAKTEK). Penerbit Tahta Media. Retrieved from <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/152>
- Fauzi, M. A. (2022). Partial least square structural equation modelling (PLS-SEM) in knowledge management studies: Knowledge sharing in virtual communities. *Knowledge Management & E-Learning*, 14(1), 103–124. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2022.14.007>
- Fitaloka, J., & Kusuma, M. (2022). The Effect Of Green Marketing, Green Product And Trust On Purchase Decisions At KFC BIM Bengkulu City. *Jurnal*

Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital, 1(2), 397–404.  
<https://doi.org/10.37676/jambd.v1i2.2724>

Henseler, J. and Schubert, F. (2023), "Partial least squares as a tool for scientific inquiry: comments on Cadogan and Lee", *European Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 6, pp. 1737-1757. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2021-0416>

Irmawati, I., & Sandy, B. A. N. (2023). Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks. *Prosiding University Research Colloquium*, 32–44. Retrieved from <https://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/2193>

Iskamto, D. & Hidayah, R. T., Saputra, M. R. A. (2023). *Influence of Halal Product, Green Marketing, and Information Adoption to Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction at Starbucks Coffee Bandung, Indonesia. The Seybold Report*, 18(11), 967 – 990. DOI: 10.5281/zenodo.10245693.

Ismoyowati, D., Wuryandani, S., & Kurnia Wijayanti, F. (2022). *Proceedings of the International Conference on Sustainable Environment, Agriculture, dan Tourism (ICOSEAT 2022)*. ABSR 26, 524-531. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-086-2\\_71](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-086-2_71)

Jaya, A., Lintang, J., Mongan, C. J., & Munda, J. E. (2023). PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN NILAI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (SURVEY PADA KONSUMEN SHOPEE). *MARIOBRE : Journal of Marketing Management and Innovative Business Review*, 1(1), 25-34. Retrieved from <https://www.ojsapaji.org/index.php/mariobre/article/view/170>

Kaur, B., Gangwar, V. P., & Dash, G. (2022). Green marketing strategies, environmental attitude, and green buying intention: A multi-group analysis in an emerging economy context. *Sustainability*, 14(10), 6107. <https://doi.org/10.3390/su14106107>

Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.

- Kurniati, K. (2020). *Pengaruh Pengawasan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada PT. Sari Lembah Subur* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Lestari, A. D., & Syarif, R. (2021). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken (Studi Kasus KFC Buaran Plaza). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(3), 290-299.
- Maghfiroh, V. (2022). Moderasi IT Capability terhadap Hubungan Proses Bisnis Perusahaan dengan Kinerja Karyawan PT. *Eratex Djaja Tbk*. Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya. <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/54043>
- Mangundap, J. G. (2024). Pengaruh *Green Marketing*, Citra Merek, Harga, dan Kemasan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen The Body Shop). *Repository Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. <http://repository.usd.ac.id/id/eprint/50307>.
- Maria, S., Darma, D., & Setyawan, H. (2020). PLS-SEM to Predict the Relationship between Procedural Justice, Organizational Commitment, OCB, and Job Satisfaction. *Journal of Wellbeing Management and Applied Psychology*, 3(3), 1-13. <http://dx.doi.org/10.13106/jwmap.2020.Vol3.no3.1>
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce . *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/225>
- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan transportasi gojek manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1285-1294. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.39380>
- Muchsinati, E. S., & Desy, D. (2023). Analisa Pengaruh Praktik SDM Berkelanjutan Yang Dimediasi Oleh Kecocokan Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Bidang Perhotelan. *Management Studies and*

*Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(3), 2906–2916.  
<https://doi.org/10.37385/msej.v4i4.1617>

Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (sem-pls) menggunakan smartpls*. Pascal Books.

Nekmahmud, M., & Fekete-Farkas, M. (2020). *Why Not Green Marketing? Determinates of Consumers' Intention to Green Purchase Decision in a New Developing Nation*. *Sustainability* 2020, 12, 7880; doi:10.3390/su1219788

Ningtias, T. P. (2018). *Pengaruh Produk, Harga, Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pengguna Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang* (Doctoral dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang).

Noviaty, E., & Panggabean, H. L. (2023). *The Influence of Green Marketing and Service Quality on Loyalty throught Intervening Variable of Divers Satisfaction*. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 7(3), 160 – 164.

Nur Adila, R. & Dahtiah, N. (2020). Evaluasi Penerapan Sistem E-Budgeting dengan Pendekatan *Human Organization Technology Fit Model* pada Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Prosiding 11<sup>th</sup> Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS)*, 11(1), 847-853.  
<https://doi.org/10.35313/irwns.v11i1.2132>

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246>

Nusraningrum, D., Mekar, T., & Gunawijaya, J. (2021). ANALISIS PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN

PEMBELIAN AQUA DAN LE MINERALE. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 15(3), 182-190. doi:10.19184/bisma.v15i3.24353

Ompusunggu, R. J. (2023). Pengaruh *Green Marketing, Brand Image*, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen Batam Kota. *UPB REPO*. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/5708>

Oscar, B., & Cahya Megantara, H. (2020). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *PROMARK*, 10(1).

Pangestu, & Chandra, D. (2023) Pengaruh Lingkungan Kerja, Komunikasi, dan Kepuasan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Kasus pada Karyawan Abankirenk Creative Jakarta). *Repository STIE Indonesia (STEI) Jakarta*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/8482>

Pangestu, Chandra, D. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja, Komunikasi, dan Kepuasan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan( Studi Kasus pada Karyawan Abankirenk Creative Jakarta ). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/8482>

Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 2(1), 109-113. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v2i1.705>

Rahayu, S., & Harsono, M. (2023). Loyalitas Konsumen: Konseptualisasi, Antecedent dan Konsekuensi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1581-1594. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1196>

Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 522-529. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i5.988>

Rizaty, M. A. (2021). Jumlah Kumulatif Produk Ramah Lingkungan yang Teregister (2013-2018). *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/sebanyak-184-produk-ramah-lingkungan-telah-teregister-hingga-2018>

- Rizqiningsih, D. U., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Starbucks Coffee Kota Surabaya). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 242-256. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i2.3351>
- Rofiroh, R., Faqihuddin, F., & Mahuda, I. . (2023). STRUKTURAL EQUATION MODEL (SEM) MENGANALISIS JALUR PATH KOMPETENSI DAN KOMPENSASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN DI CV. SEMARANG INDAH. *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 4(3), 1400-1413. <https://doi.org/10.46306/lb.v4i3.371>
- Rustam, T. A., Sukati, I (2023). Analisis Implementasi Relationship Marketing dan Green Marketing terhadap Loyalitas Konsumen Klinik Navagreen Batam. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 261-271. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.5423>
- Setiawan, A. W., & Setiawan, S. (2023) Analisis Penerapan Metode *Task Technology Fit (TTF)* pada *Customer Samsung Menggunakan Aplikasi Smart Tutor*. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(3), 675-688. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v9i2.2819>
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian produk the body shop indonesia (studi kasus pada followers account twitter@ thebodyshopindo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1).
- Siregar, Nauli, L. A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Zoya Cabang Medan dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Moderating*. *Repository UIN Sumatera Utara*. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/8635>

- Steven, S., & 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 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 7(2).
- Suhaety, Y. (2022). Evaluasi Kepercayaan Mahasiswa terhadap STIE Yapis Dompu menggunakan Structural Equation Modeling. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian Dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, 3(1), 80–86. <https://doi.org/10.54371/ainj.v3i1.121>
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111-118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Top Brand Award*. Top Brand Award, <https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>
- Top Brand Award*. Top Brand Award, [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=1&id\\_sukategori=278](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_sukategori=278)
- Top Brand Award*. Top Brand Award, [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=1&id\\_sukategori=277](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_sukategori=277)
- UNCTAD. (2022). Global Trade is Growing Greener. *UNCTAD calculations based on national statistic of China, the United States of America and the European Union*.
- Upe, J. A., & Usman, A. (2022). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA STARBUCKS COFFEE DI KOTA MAKASSAR. *JABE (Journal of*



*Applied Business and Economic*), 9(1), 1-14.  
<http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v9i1.14165>

Wd. Nur Akhyana Adyana, Fitri Kumalasari, & Niar Astaginy. (2023). Pengaruh Iklim Organisasi Dan Beban Kerja Terhadap Stres Kerja Perawat Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buton Tengah. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(2), 233–239. <https://doi.org/10.47233/jakbs.v1i2.140>

Widanengsih, E., & Yusuf. (2022). PENERAPAN MODEL TEKNOLOGI ACCEPTANCE MODEL UNTUK MENGUKUR ADOPSI PENGGUNAAN APLIKASI PEMBUKUAN AKUNTANSI DAN KEUANGAN RUMAH TANGGA. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 86–95. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.212>

Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4.957>

Wulandari, D. (2022). Customer Satisfaction as a Priority in Excellent Banking Services. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi Dan Industri*, 1(1), 27–34. Retrieved from <https://jurnalpustek.org/index.php/kjmb/article/view/5>

Wulandari, I. M. (2022). *Pengaruh Green Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan The Body Shop di Kota Padang Dimediasi oleh Brand Image* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi). <http://repository.unp.ac.id/id/eprint/42405>

Yuke Kurnia, Jemadi, J., & Bambang Sugeng Dwiyanto. (2022). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN THE BODY SHOP . *JEMBA: JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 1(4), 723–734. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/3173>

Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan *Green Marketing* terhadap Pembelian Ulang dan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel

*Intervening* pada Produk *Skincare* di Kota Semarang. *Econbank: Journal of Economics and Banking*. 4(1) 79 – 86.

Zahroh, U., Oetomo, H. W. (2020). Pengaruh Produk, *Word of Mouth*, Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(3).