

SUMBER REFERENSI

- Adiyantie, I. I. (2024). Pengaruh *Green Marketing, Brand Image, Dan Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop DiYogyakarta. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(2)
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human behavior and emerging technologies*, 2(4).
- Aldoko, D., Suharyono, & Yulianto, E. (2016). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.40, No.2.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen Mie Endess di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2).
- Arfa, D. A., & Mango, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Merek Hanasui. *Ekomen*, 23(2).
- Arviana, N. D., Baidlowi, I., & Hidayat, M. S. (2024). Pengaruh Strategi *Green Marketing*, Green Product dan Green Brand terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Ramah Lingkungan Studi pada The Body Shop di Mojokerto). *Journal of Management and Social Sciences*, 3(3).
- Armiani, F., Akmalia, P., Mahardika, R., & Permana, E. (2023). Strategi Pemasaran Digital Produk Scarlett *Whitening* dalam Meningkatkan Penjualan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3)
- Astuti, Miguna & Agni Rizkita Amanda. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Daga, R. (2019). Buku 1, Citra,Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue May 2017).
- Dr. hendra, S.E., M.si, D. (2023). *Green Marketing* for business (S. Efitra (ed.)). PT. ompedia Publishing Indonesia.

- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian *Online* Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Farhanah, A., & Marzuqi, A. M. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk herbal beauty di kabupaten sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2).
- Fatimah, S., & Chrismardani, Y. (2022). Pengaruh *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian produk sephora (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(1).
- Febrianti, S. Y., Hermawan, A., & Guntara, R. G. (2024). Analisis Pengaruh Content Marketing dan *Green Marketing* Terhadap Purchase Decision pada Brand *Skincare* Avoskin beauty. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(1)
- Ghozali, I. Dan D. R. (2018). Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar dan Dawn C. Porter. 2012. Dasar-Dasar Ekonometrika (Buku2). (Terj.) Raden Carlos Mangunson. Jakarta: Salemba Empat.
- Gulo, I., & Suhardi, S. (2025). Pengaruh E-wom, Kepercayaan Konsumen dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Ms Glow di Kota Batam. *Scientia journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2).
- Gustiani, L. G., Jihan, A. A., Fasya, S. F., Azzahra, N. R., Rahmawaty, J. P., & Padmakusumah, R. R. (2022). Effect of *Green Marketing*, Product Knowledge and Brand Personality on Purchasing Pecisions (study case the body shop). *Central Asia & the Caucasus (14046091)*, 23(1).
- Hadi, i. (2019). Pengaruh *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik the body shop,(survey pada mahasiswa stie pembangunan tanjungpinang) (doctoral dissertation, stie pembangunan tannjungpinang).
- Halim, H. et al., (2024). *Green Marketing*. Bandung: Widina Media Utama.

- Hamidah, W., Rismansyah, R., & Kurniawan, M. (2023). Pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan ms glow di kota palembang. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(3).
- Hendra, S., Yanti, R., Nurviasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Setiawan, Z., Susanto, D., Harsoyo, T. D., & Syarif, R. (2023). *Green Marketing for business: Konsep, strategi & penerapan pemasaran hijau perusahaan berbagai sektor*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1>.
- Khowin Ardianto, F. P. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*.
- Kotler, A., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Global Edition. England.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education
- Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.
- Lidwina, P. R., & Lase, F. J. (2024). Pemahaman Konsumen Mengenai Brand Identity Produk Kecantikan Scarlett *Whitening* dengan *Tagline* “Reveal Your Beauty”. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5)
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat
- Magfira, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).

- Maimunah, S., Maisyura, M., Nainggolan, K. K., & Nisa, N. (2024). *Green Marketing: Kredibilitas merek dan keputusan konsumen*. CV. Sefa Media Utama
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). *Green Marketing dan CSR terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, 5(1).
- Mawardi, A. (2020). Pengaruh *Green Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Purwakarta. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 7(1).
- Mawardi, A. (2020). Pengaruh *Green Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Purwakarta. *Eqien*, 7(1), 390031.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 5(2).
- Ninna Jalisma Eka Putri, A. S. (2024). *Jurnal manajemen modal insani dan bisnis (JMMIB)e-ISSN 2723-424X ||Volume||5||Nomor||1|| Juli ||2024|| Webskuncoroite: www. Jurnal.imsi.or.id.*
- Ottman, J.A. Starfford E.& R. Hartman. C.L. (2020) *Green Marketing Myopia: Ways to Improve Cunsumer Appeal for Environmentally Preferable*
- Rahbar, E., and Nabsiah Abdul Wahid. 2011. Investigation of *Green Marketing* Tools Effect on Consumers Purchase Behaviour. Business Strategy Series, 12 (2).
- Priadi, A., & Heri W, S. (2022). *Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Samsung*. Ekonomi dan Bisnis (Ekobis) 45, 1(1).
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.
- Rohmah, D. S., & Tobing, R. P. (2023). Pengaruh *Green Marketing* dan brand awareness terhadap purchase decision pada the body shop. *Business and Investment Review*, 1(4).

- Rosyidi, R. (2020). Buku monograf pengendalian kualitas
- S. Anjani, and M. S. Perdhana, “*Green Marketing* mix effects on consumers purchase decision: a literature study,” *Diponegoro Journal of Management*, vol. 10, no. 5.
- Salsabila, V. A., Setiarini, & Noor, L. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Green Marketing* Perawatan Kulit Avoskin Melalui Rating Seller Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Generasi Z Pemakai Produk Avoskin). 4(1), 20.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. Among Makarti*, 15 (1).
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2020). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke 7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Sinaga Sefrina. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeover Pada Pengunjung Counter Makeover Di Plaza Medan Fair.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. Deliserdang: IOCS Publisher.
- Siti Fatimah, Y. C. (2022). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*. 2(1)
- Suwastiari, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko *online* shop Bebenito Group Tangerang Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1)
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Terdapat tiga tujuan dari *Green Marketing* (Yahya,2022)
- Utami, D. (2020). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan X Di Bogor). *Jurnal PASTI*, 14(1), 86–95. <https://doi.org/10.22441/pasti.2020.v14i1.009>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in the Digital Era 4.0 – Edisi Indonesia*. M. Pradana (Ed.). Purbalingga: Eureka Media Aksara.

- Widyastuti, S., Said, M., Siswono, S., & Firmansyah, D. A. (2019). *Customer Trust through Green Corporate Image , Green Marketing Strategy , and Social Responsibility : A Case Study. XXII*(2).
- Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan *Green Marketing* Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk *Skincare* di Kota Semarang. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 4(1).
- Yuliana, S. T., & Tuti, M. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana terhadap keputusan pembelian. *Journal of Economics, Business and Management Issues*, 1(3)
- Yaumil, Y. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2)
- Yulmaida, T. (2024). *Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh* (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh)
- Zuraidah, Z., & Putri, A. N. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In *Jakarta: Indeks*.