

SUMBER REFERENSI

- Aisyah Rizki A, Lathifah dan Dominica A.Widyastuti, 2018. Pengaruh Green Product terhadap Minat Pembelian Ulang. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)* : Vol. 1, No. 01
- Adnan. 2020. Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis* Volume 9, Nomor 1, Maret 2020 ISSN : 2338-2864 P. 15-25
- Adnan, D., & Aiyub. (2020). *Reinventing Potensi Generasi Millennial di Era Marketing 4.0* (Dr. Rusydi (ed.)). SEFA BUMI PERSADA.
- Amoako, G. K., Doe, J. K., & Neequaye, E. K. (2021). *Online innovation and repurchase intentions in hotels: the mediating effect of customer experience*. *International Hospitality Review*. <https://doi.org/10.1108/ihr-02-2021-0008>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Biby, Sapna, Yuli Asbar, Jufridar, 2023. The Analisis of The Green Economy Implementation on Sustainability Small and Medium Enterprise in lhokseumawe City. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*. Volume 24, Nomor 1, APRIL 2023. P-ISSN : 1412-968X. E-ISSN : 2598-9405
- Bakti, U., Hairudin and Alie, M. S. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung', *Jurnal Ekonomi*, 22(1), pp. 101–118
- Chandra, Fellycia dan Hetty Karunia Tunjungsari. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk The Body Shop Di Jakarta Barat. *jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume I No. 3/2019 Hal: 456-461
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Farradi , Yuary Mora, Indra, Wahyu (2021). *The Influence Of Green Marketing Mix On Green Purchase Intention In Using Eco-Friendly Products*. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship* Vol. 1, No. 3, December 2021 <https://doi.org/10.53067/ije3.v1i3>
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen Generasi Z. *Iqtishoduna*, 15(1), 5-10. doi: 10.18860/iq.v1i1.5779.
- Grant, J. (2021). *The Green Marketing Manifesto*. John Wiley & Sons, Ltd., West Sussex, England. *Journal of Business Ethics*, Vol. 29.

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 415–424.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Hermanto, dan Saputra, R. 2019. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal*(1)
- Himawan, Yuni Hananta. 2016. Pengaruh Green Marketing Perusahaan pada Pilihan Konsumen: sebuah Tinjauan Komparatif pada Konsumen The Body Shop dengan Larissa Skin Care dan Hair Treatment di Kota Yogyakarta.
- Hati, Shinta Wahyu dan Kartika, Afriani. 2016. “Pengaruh Green marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Merek The Body Shop (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis di Politeknik NegeriBatam yang Menggunakan Produk Kosmetik Merek the Body Shop)” *Jurnal Administrasi Batam*, Vol. 1, No. 1, Hal. 1-10
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Johannes, Roza, S., & Ilunitedra. (2015). Pengaruh Green Product Terhadap Brand Image Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua. *Digest Marketing Journal*, 41-48. Retrieved March 06, 2018.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kristiana, I. Gusti Agung Ayu Dessy. 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.
- Maghfiroh, A (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)*. 40 (1) : 132140.
- Mamahit, Laila. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan ADES pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(3), 339-345
- Mahmoud, Ibrahim, Ali, & Bledy, 2017. *The Influence of Green Marketing Mix onPurchase Intention: The Mediation Role of Environmental Knowledge*. International Journal of Scientific & Engineering Research, Volume 8, Issue 9, September-2017 ISSN 2229-551
- Mardiani, A S dan Wardhana, A. 2018. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. Vol.5, No.2, 2577-2583.
- Novianto, N. A. (2017). Pengaruh Green marketing Dan Corporate social responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lifebuoy Pada Masyarakat Di Kota Purworejo. [http://repository.umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/1169/1/32210122- Nur Anggi Novianto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/1169/1/32210122-Nur%20Anggi%20Novianto.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pancoro, Ilham Agung, Dinda Zuliestiana. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Pada Gerai Starbucks Di Kota Bandung. e-Proceeding of Management : Vol.5, No.2 Agustus 2018
- Pankaj, K.A. & Vishal, K.L. 2014. *Consumer Adoption Of Green Products And Their Role In Resource Management*. Indian Journal of Commerce & Management Studies Vol. 5 No. 3. Hal. 22-28
- Pramisti, Z. A., Naning. K., Wahna. W. (2022). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Kfc Lawu Plaza Madiun. *Sibatik Journal | Volume 1 no.9*
- Pongrante, M. E. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Love Beauty And Planet Di Store Watsons Universitas Komputer Indonesia.
- R Hariyani, BT Sartana. 2010. Praktik Green Marketing Pada Perusahaan – Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Budi Luhur Jakarta*, hal: 1 2
- Rahayu, L., Abdillah, Y., & Mawardi, M. (2017). Pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian konsumen (Survei pada konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 43(1), 121– 131. Retrieved from

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/170>

- Rahman, F., Siburian, P. S., & Noorlitaria A., G. (2017). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda. 19(1), 119–130
- Rahmaniar, Rico Nur L, Irada Sinta, Purna Laxmi J. 2022. Analysis Of Factors Affecting Customer Satisfaction With Ms Glow Skin Care In Kota Tebing Tinggi.
- Rajeshkumar, L. (2012). *An overview of green marketing*, Naamex International Journal of Management Research, 2(1), 128-135.
- Rejeki, Denik Sri, Achmad Fauzi D. H., dan Edy Yulianto, 2015, “Pengaruh Green marketing pada Keputusan Pembelian dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Produk Ramah Lingkungan Kentucky Fried Chicken (KFC) Gerai Royal Plaza, Surabaya)”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vo. 26, No. 1, hlm. 1-7.
- Ratna Sari, P.D., Alfatih, S.M., & Renny, H. (2020). “Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora)”. PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar Volume 1, 2020 | Hal. 727 – 738
- Rina, Mohd Haikal, Mariyudi, M. Subhan. 2023. Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. ISSN : 2338-2864 p.47- 56
- Sofwan, Hadika dan Candra Wijayangka. “Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pijakbumi Di Kota Bandung” dalam e-Proceeding of Management Vol. 8, No.5 Oktober Tahun 2021
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (p. 394). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta
- 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.

- Syafrina, Ika 2016. Pengaruh Green Product (Tissue Tessa) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Wilayah Kabupaten Bandung Dan Kota Bandung 2016). e-Proceeding of Applied Science : Vol.2, No.2 Agustus 2016
- Utami, Diah. & Puspita Dewi Widayat. 2018. Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Minat Beli Bumbu Penyedap Di PT. X, Vol. 8 No. 1 Edisi Mei 2018.
- Wisnu Setiaji, B. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Desain dan Limited Edition Produk t-shirt Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen T-Shirts Dreambirds di Media Sosial Facebook). Skripsi Universitas Sanata Dharma.
- Yazdanifard, Rashad dan Igbazua Erdoo Mercy. 2011. *The impact of green marketing on customer satisfaction and environmental safety* nternational conference on computer communication and management proc of CSIT Vol 5
- Zulkifli, A. (2020). GREEN MARKETING; Redefinisi Green Product, Green Price, Green Promotion, Green Place (1st ed.). Graha Ilmu