

DAFTAR PUSTAKA

- Baroroh, K., Ahmad, A., Saiful, H., & Kusuma, S. D. (2024). Pendampingan administrasi bisnis dan creative marketing untuk menguatkan perempuan berdaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(6), 695–704.
- Dubey, S. (2025). Evaluating the role of green marketing in shaping sustainable consumer behaviour. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*.
- Fadilah, E. N. (2024). *Pengaruh Green Marketing dan Green Consumerism Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan*. 2(3).
- Firdaus, F. (2023). Green product purchase decision: The role of environmental consciousness and willingness to pay. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Florance, L. J., & Sivanesan, R. (2025). Consumer insights on green products: An exploratory study. *Advanced International Journal for Research*.
- Gautam, D. (2024). Evaluating the influence of green marketing practices on consumer buying behavior. *Journal of Administrative Development*.
- Goriparthi, R. K., & Tallapally, M. (2017). Consumers' attitude in green purchasing. *FIIB Business Review*, 6(1), 34–44.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Berlian. *Jurnal Manajemen*, 21(1), 31–38.
- Hu, T., Al Mamun, A., Reza, M. N. H., Wu, M., & Yang, Q. (2024). Examining consumers' willingness to pay premium price for organic food. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Irsalina, N., & Susilowati, H. (2023). Pengaruh green marketing mix terhadap keputusan pembelian produk Tupperware. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 41–51.
- Kirana, D. C., & Diana, N. (2020). Analisis pemasaran dan perilaku konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 383–391.
- Kuria, B. (2024). Influence of green marketing strategies on consumer behavior. *International Journal of Marketing Strategies*.
- Lee, S. (2011). Consumers' value, environmental consciousness, and willingness to pay more toward green-apparel products. *Journal of Global Fashion Marketing*, 2(3), 161–169.
- Mirrahma, A. A., Lidyah, R., & Maulana, C. Z. (2025). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Ramah Lingkungan Melalui Kesadaran Lingkungan Di Fore Coffee Palembang Dalam Perspektif Maqashid Syariah*. 8, 203–218.
- Nielsen. (2015). *Keharusan keberlanjutan: Wawasan baru tentang ekspektasi konsumen*. <https://www.nielsen.com>

- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (n.d.). *Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian*. 13(2), 201–218.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tempat, P., Mahasiswa, K., Agatha, M., Widyanti, S., & Anasrulloh, M. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(2), 99–102.
- Warmika, I. G. K. (2019). Pengaruh green marketing tools terhadap perilaku pembelian konsumen pada produk lampu Philips LED. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1515–1542.
- Zulkifli, A. (2020). *Green marketing: Redefinisi green product, green price, green place, dan green promotion*. Graha Ilmu.