

SUMBER REFERENSI

- Rusydi, Adam, M.M & Adnan. (2023). Manajemen Inovasi dan Kreatifitas PT RajaGrafindo Persada.
- Adnan,(2021) Pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Produk an Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Station Coffee Premium Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 10 (2). pp. 49-56. ISSN 2338-2864
- Adnan. (2018) *Marketing Mix Di Era Digital*. Seva Bumi Persada. Lhokseumawe.
- Alma, B. (2020) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. American Marketing Associate. (AMA). 1975. *Pengertian greenmarketing*. <http://www.flickr.com/photos/cali2okie/2399377732/>
- 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), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i2.759>
- Cahyono, N. E., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen. *JEMBA Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 503–516.
- Dessyaningrum, C., Samsir, & Yulia, E. (2020). Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian online situs shopee. *Tepak Manajemen Bisnis*, XII(3).
- Farahrozi, F., & Verinita. (2020). Pengaruh Awareness of Green Product, Price, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Green Product The Body Shop Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2).
- Grant, John. (2017). *The Green Marketing Manifesto*. John Wiley & Sons, Ltd, West Sussex, England. *Journal of Business Ethics*, Vol 29..
- Ghozali, I (2018) Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair. (2019). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. New Jersey: Pearson.
- Ikramayosi, Y. K., Jemadi, & Dwiyanto, B. S. (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.

- Janah, Y. K., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Green Marketing terhadap Pembelian Ulang pada Produk Brand Avoskin. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 22(1), 85. <https://doi.org/10.19184/jeam>.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. London: British Library Cataloguing-in-Publication Data.
- Kotler, P. dan Keller. K.L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Keti). Erlangga,
- Kotler, P., & Amstong, G. (2016). *Marketing: An introduction* (13th ed). Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta:PT Indeks.
- Laksana M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV AL Fath Zumar.
- 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), 28-38.
- Manongko, A. C., & Kambey, j. (2018). The Influence of Green Marketing on Decision Purhasing Organic Products with Interests of Buying as an Intervening Variable at Manado City, Indonesia. *International Journal Scientific Research and Management*, <https://doi.org/10.18535/ijserm/v6i5.em06>.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Novianto, N.A. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Sosial Responsibility terhadap keputusan pembelian Produk Lifebuoy pada Masyarakat di Kota Purworejo (Doctoral Dissertation, Manajemen-FEB).
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Tokopedia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut memperkuat pengaruh keputusan pembelian pada. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 162–173.
- Osiyo, Krishna, A dan Hatane, S. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image Dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbuck Coffe Malang. Naskah publikasi. Universitas Petra
- Ottman, J.A. Starfford E.& R. Hartman. C.L. (2020) *Green Marketing Myopia: Ways to Improve Cunsumer Appeal for Environmentally Preferable*
- Prabokusumo, D. W. (2018). Pengaruh Green Advertising Terhadap Keputusan

Pembelian Dimediasi Persepsi Tentang Green Brand pada Konsumen Molto Ultra Sekali Bilas (Doctoras dissertation, Manajemen-Fakultas Ekonomi).

- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376–1383. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40332>
- Ramanakumar, D. K. P. V., C. G. M., & Suma. S.R. (2012). Consumer Attitude Towards Green Products Of Fmcg Sector: An Empirical Study. *international journal of Research In Commerce and Management*, 3(2), 34-39.
- Septifani, Riska, Fuad A dan Imam S. (2019). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 13, No.2.
- Sharma, Satish C. (2018). Green Marketing: A Gimmick or The Real Deal? *International Journal of Research in Finance and Marketing* 2 (2), pp: 406-414.
- Soleha, H. S. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Ulang pada Starbuck Lampung Doctoral dissertation Universitas Lampung)
- Syafrina, Ika (2019). Pengaruh green product (Tissue Tessa) terhadap keputusan pembelian wilayah kabupaten Bandung dan kota Bandung. Vol: 10 No 1 April 2019.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Bandung: CV Alfabeta.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93–110.
- Suwastiari, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2021). Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Coffee di Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(1), 11–20.
- Yaumil. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Carrefour Panakkukang Makkasar). *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–98.
- 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.