

SUMBER REFERENSI

- Adnan, Mukhlis, Muhammad, & Hafasnuddin, (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Susu Monariga di Aceh. *Jurnal Internasional, Kreativitas, dan Perubahan*.
- Adnan, (2022) Pengantar Bisnis Digital. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe
- Abdulazeez SB. Pengaruh Pemasaran Hijau Strategi Keputusan Pembelian Dengan Peran Mediasi Citra Merek. *J Terap Manaj*. 2018;19(200):535-546.
- Astuti 2016. Peran Perceived Value Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Purchase Intention. *PENGARUH Pengguna PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*. 2016;15(1):165-175.
- Aulia, Hidayat M. Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Baruga Asrinusa Development Makassar. *Ekonomi*. 2018;6(1):70-79.
- Bachri N, Biby S, Ekonomi F, Malikussaleh U. Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen Green Marketing Dan Keputusan Pembelian Produk Tupperware Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen. *J Bisnis dan Kaji Manaj*. 2023;7(1):109-125.
- Chryсна VY, Sumarsono H, Widyaningrum PW. Pengaruh Green Trust, Green Price, dan Eco Brand Terhadap Keputusan Pembelian. *e-Journal Ekon Bisnis dan Akunt*. 2022;9(2):65. doi:10.19184/ejeba.v9i2.32466
- Desanto TMJ, Mandey SL, Soepeno D. Analisis Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Aqua Di Kota Manado. *J Ris Ekon Manajemen, Bisnis dan Akunt*. 2018;6(4):1898-1907.
- Disman D, Machmud A. The Influence of Green Marketing on Purchase Decision With Brand Image As Mediate Variabel. *J Manaj*. 2018;7(August):191-194. doi:10.5220/0006883001910194
- Elsanti DA. Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention (Studi Produk Maybelline di Universitas Brawijaya). *Dr Diss Univ Brawijaya*. 2017;0(0):13-14.
- Farahrozi F, Verinita V. Pengaruh Awareness of Green Product, Price, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Green Product the Body Shop Di

- Image Terhadap Keputusan Pembelian Green Product the Body Shop Di Kota Padang. *Ekonis J Ekon dan Bisnis*. 2020;22(1):9-16. doi:10.30811/ekonis.v22i1.1904
- Fitria N, Setiawardani M. Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen the Body Shop Kota Bandung). *Pros Ind Res Work Natl Semin*. 2019;10(1):1089-1101. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/1469>
- Genoveva G, Berliana W. Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Brand Image Produk Tupperware. *J Manag Bus Rev*. 2021;18(1):60-76. doi:10.34149/jmbr.v18i1.218
- Hanifah HN, Hidayati N, Mutiarni R. Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *JMD J Ris Manaj Bisnis Dewantara*. 2019;2(1):37-44. doi:10.26533/jmd.v2i1.345
- Irsalina N, Susilowati H. Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Din J Manaj Sos Ekon*. 2023;3(1):41-51. doi:10.51903/dinamika.v3i1.268
- Kristiana IGAAD. Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Konsumen Air Minum dalam Kemasan di Kabupaten Bandung. *J Indones Membangun*. 2018;17(2):19-31.
- Krisdayanti K, Widodo A. Green marketing and purchase intention of green product: The role of environmental awareness. *J Manaj Strateg dan Apl*
- Kewakuma ASV, Rofiaty R, Ratnawati K. The Effect of Green Marketing Strategy on Customer Loyalty Mediated by Brand Image. *J Bisnis Teor dan Implementasi*. 2021;12(1):1-11. doi:10.18196/jbti.v12i1.10691
- Made Utari Tisna Angela N, Wajdi M. Implementasi green marketing pada FiPuA. *J Commer Manag Tour Stud*. 2022;1(1):21-35. <https://ympn.co.id/index.php/JCMTS>
- Moldovan L. QFD Employment for a New Product Design in a Mineral Water Company. *Procedia Technol*. 2014;12(0):462-468. doi:10.1016/j.protcy.2013.12.515
- Putripeni MP. Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang). *J Manaj*. 2014;10(1):1-10.
- Putri SCP, Nofri O. Peran Mediasi Citra Merek Pada Pengaruh Pemasaran Sosial Media Dan Ulasan Online Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Generasi Z Pengguna Maybelline Di Kota Makassar. *Study Sci Behav Manag*. 2023;4(1):1-14.

- Rahmawati AS, Dewi RP. Peran Perceived Value Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Purchase Intention. *J Manaj.* 2020;3(0):274-282.
- Rambing, P.R., Tumbel, A.L., dan Tawas, H.N. 2015. Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan, Aqua Di Manado. *Jurnal EMBA Vol.3 No.2 Juni 2015 hal.235-245. ISSN: 2303-1174.*
- Stella A, Kewakuma V, Ratnawati K. Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan. *J Bisnis dan Ekon.* 2021;12(1):1-11.
- Sanidewi, H. dan Eristia, LP 2018. Peran Perceived Green Marketing dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Ramah Lingkungan. *Jurnal Bisnis Internasional Diponegoro.* 1 (2): 14-25
- Triana D, Hidayat R. Analisis Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Antara Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Xiaomi di Yogyakarta). *J Econ.*
- Unud E jurnal M. Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Pada Produk Tupperware. *J Manaj.* 2017;6(3):1592-1616.
- Utari NKM, Sukawati TGR. Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop di Denpasar. *E-Jurnal Ekon dan Bisnis Univ Udayana.* 2023;12(03):460-470. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Wiwoho G. Pengaruh Green Product, Green Brand, Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian. *Fokus Bisnis Media Pengkaj Manaj dan Akunt.* 2015;14(1):89-97. doi:10.32639/fokusbisnis.v14i1.533