

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2016). Analisis Green Product dan Green Marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 4(1), 33–44.
- Aldoko, D., & Yuliyanto, E. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012 / 2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Produk Tupperware). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 17–23.
- ASTUTI, D. P. (2022). No Title. *הענינים לנגד שבאמת מה את לראות קשה הכי*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Bachdar, S. (2017). *Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia*. <https://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia>
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 130–142. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i1.2301>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.
- Haryadi, R. (2021). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING TERHADAP PILIHAN KONSUMEN MELALUI PENDEKATAN MARKETING MIX. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 105–114. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v16i2.105>
- Ii, B. A. B., & Restoran, H. (n.d.). *TINJAUAN PUSTAKA Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan sebagai bahan perbandingan dari kajian . Adapun hasil penelitian yang dipakai untuk perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian ,.* 12–28.
- Indonesia, S. (2017). *Stie Indonesia. Bab III Metoda Penelitian*, 1–9.
- Kumadji, R. D. A., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green

- Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 1–10.
- Metta Padmalia. (2018). Determinan Keputusan Pembelian Produk Green Label Berdasarkan Green Product Dan Getok Tular. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2), 91–102.
- Muqorrobin, M., Alfianto, E. A., & Sulhan, M. (2017). Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 4(2), 61–75.
- Ningtyas, M. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian industri manufaktur. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Palaguna, I., & Ekawati, N. (2016). Green Promotion Memedasi Green Packaging Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Amdk Ades Di Kota Denpasar). *None*, 5(12), 253673.
- Pengaruh, A., Image, B., Celebrity, D. A. N., Terhadap, E., & Manado, D. I. M. (2014). *ISSN 2303-1174 V. Parengkuan., A. Tumbel., R. Wenas*. 2(3), 1792–1802.
- Priyanka, D. F. (2019). Pengaruh Green Product Dan Green Promotion Terhadap Brand Image Pt Suzuki Indomobil Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(2), 165. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i2.6677>
- repository.stei.ac.id. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4). <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen*,

Koperasi, Dan Entrepreneurship, 9(2), 209.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.499>

Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>

Zamrodah, Y. (2016). ~~濟無~~No Title No Title No Title. 15(2), 1–23.