

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. A., & Zuliestiana, D. A. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product Pada Starbucks Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Al Iradah, M. (2018). An Analysis Of Communication Tools Towards Brand Trust On Green Marketing Aspect (Case Study: Starbucks).
- Amrullah, N. I. (2022). *Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee di Kota Balikpapan* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Amadea, Azalia. (2021). Starbucks Ganti Gelas Berbahan rPET, Targetkan Kurangi 200 Ribu Kg Plastik. <https://kumparan.com/kumparanfood/starbucks-ganti-gelas-berbahan-rpet-targetkan-kurangi-200-ribu-kg-plastik-1vGSb6gIYZG/full>. Diakses pada 24 April 2022.
- Annur, Cindy Mutia. (2022). “Peduli Lindungi Catat 10 Mal Ini Paling Ramai Pengunjung Di Jakarta”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/15/pedulilindungi-catat-10-mal-ini-paling-ramai-pengunjung-di-jakarta>, diakses pada 24 November 2022.
- Aprilisya, N. P. E., Kerti Yasa, N. N., & Giantari, I. G. A. K. (2017). *Peran Sikap Memediasi Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Atmando, C. R. (2019). Pengaruh Persepsi Green Product dan Green Brand Image Terhadap Minat Beli Rumah Ramah Lingkungan Pada Generasi Y di Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(3), 394- 405.
- Dahlstrom, Robert. (2011). *Green Marketing Management*. South-Western Cengage Learning
- Dewi, Andriani. (2021). Tren Gaya Hidup Ramah Lingkungan Kian Diminati Generasi Milenial. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20201125/220/1322412/tren-gaya->

- hidup-ramah-lingkungan-kian-diminati-generasi-milenial. Diakses pada 24 April2022.
- Dimiyati, M., Kartikasari, M. D., & Sukarno, H. (2018). Pengaruh green marketing dan pengetahuan terhadap keputusan pembelian dengan mediasi minat membeli konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 172-177.
- Dewi, K. A. A., & Aksari, N. M. A. (2017). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Oriflame Di Kota Denpasar) (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Dwipamurti, I. G. A. N., Mawardi, M. K., & Nuralam, I. P. (2018). The effect of green marketing on brand image and purchase decision (Study on consumer of Starbucks Café Ubud, Gianyar Bali). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(3).
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh produk ramah lingkungan/Green Product dan Harga terhadap keputusan pembelian produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37- 44.
- Indiekraf.com. (2021). Starbucks Kemasan rPET: Dukung Greener Nusantara. <https://indiekraf.com/starbucks-kemasan-rpet-dukung-greener-nusantara/>. Diakses pada 10 Mei 2022.
- Kartono, G. G., & Warmika, I. G. K. (2018). Pengaruh green marketing terhadap brand loyalty yang dimediasi oleh brand image. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12), 6473-6501.
- Kirgiz, Ayca Can. (2016). *Green Marketing: A Case Study Of The Sub-Industry In Turkey*. Palgrave Macmillan
- Kurnia, D. N. H. (2018). The Role Of Brand Attributes Towards Green Purchase Intention On Green Marketing Scope (Case Study: Starbucks Coffee).
- Maharani, Safira. (2018). Starbucks Akan Ganti Penggunaan Sedotan Plastik Mulai 2020. <https://kumparan.com/kumparanfood/starbucks-akan-ganti-penggunaan-sedotan-plastik-mulai-2020-27431110790542216/full>. Diakses pada 10 Mei 2022.

- Mauludi, F. (2021). *Strategi Green Marketing Mix Dalam Meningkatkan Citra Merek Pijak Bumi Dan Loyalitas Pelanggan Milenial* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Mega, Deti. (2018). Kurangi Plastik, 'Starbucks' Mulai Gunakan Bahan Ramah Lingkungan. <https://www.jawapos.com/lifestyle/01/10/2018/kurangi-plastik-starbucks-mulai-gunakan-bahan-ramah-lingkungan/>. Diakses pada 10 Mei 2022.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
- Nair, R. K., Sinha, R., Crasto, S. G., Kian, K. W., Kee, D. M. H., Abdullah, S. A. B., ... & Ganatra, V. (2021). The effect of Starbucks marketing campaigns on consumer buying behaviour. *Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME)*, 4(1), 72-81.
- Paath, D. N., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2020). Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, 1(3), 274-278.
- Pancoro, I. A., & Zuliestiana, D. (2018). Pengaruh green marketing terhadap minat belipada gerai starbucks di kota bandung. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Patil, A., & Khobarkar, V. (2019). Green Marketing. *Journal of the Gujarat Research Society*, 21(16), 657-662.
- Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol*, 43(1).
- Riani Asnida. (2020). Kurangi Sampah, Starbucks Ganti Sedotan Plastik dengan Sedotan Kertas. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4177112/kurangi-sampah-starbucks-ganti-sedotan-plastik-dengan-sedotan-kertas>. Diakses pada 10 Mei 2022.
- Romadhiani, G. S., & Hadi, S. P. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Brio Pada Konsumen Honda Semarang Center. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 118-126.
- Sarwono, J. (2011). Mengenal path analysis: sejarah, pengertian dan aplikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 11(2), 98454.
- Sudaryono, S. (2011). Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel dalam Penelitian. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 17(4), 391-403.
- Starbucks Stories & News. (2020). Starbucks Sustainability Timeline <https://stories.starbucks.com/stories/2020/starbucks-sustainability-timeline/>. Diakses pada 9 Mei 2022.
- Starbucks. *Our Company*. <https://www.starbucks.com/about-us/>. Diakses pada 9 Mei 2022.
- Starbucks. *Starbucks In Indonesia*. <https://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>. Diakses pada 9 Mei 2022.
- Trinanda, R., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Zaky, M. H., & Purnami, N. M. (2020). Green marketing mix berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk big tree farms di lotus food services. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 678.