

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356. <https://doi.org/10.1177/002224379703400304>
- Ajjah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Perangkat Desa. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 232–236.
- Ambo Upe Jusni, U. A. (n.d.). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Di Kota Makassar. *Journal Of Applied Business And Economic (Jabe) Vol. 9 No. 1 (September 2022) 1-14*.
- Berliana Bhaswara, Y., & Dwijayati Patrikha, F. (n.d.). Pengaruh *Green Marketing* Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen. In *AKUNTABEL* (Vol. 18, Issue 3). <Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/AKUNTABEL>
- Chen, Y.-S. (2010). *The Drivers Of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, And Green Trust*. *Journal Of Business Ethics*, 93(2), 307–319. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- disastra, D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (*Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Di Bandar Lampung*) (Vol. 2, Issue 1). <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi Dengan Menggunakan Skewness Dan Kurtosis. *Jurnal Varian*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.30812/Varian.V2i1.331>
- Fuller, D. (1999). *Sustainable Marketing: Managerial-Ecological Issues*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452220611>
- Hanifah, R. D., & Hartono, F. (2017). *The Influence of Sales Promotion to Consumer Purchase Decision at Starbucks Coffee JIExpo Kemayoran*. In *Jurnal Hospitality dan Pariwisata* (Vol. 3, Issue 2). <https://m.tempco.co/read/news/2014/06/>

- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik Yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kadek, N., Wandari, M. A., & Darma, G. S. (2020). Pengelolaan Karakter Green Behavior pada Generasi Milenial dalam Meningkatkan Minat. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pengelolaan Karakter Green Behavior pada Generasi Milenial dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Green Product* (Vol. 17, Issue 02).
- Kirgiz, A. C. (2016). *Green Marketing: A Case Study of the Sub-Industry in Turkey*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137535894>
- Kristiyono, Y. R., Rahmi, A., Triwijaya, M., & Suhandi, R. G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Merek Starbucks Di Wilayah Jakarta Dan Sekitarnya (Vol. 12).
- Kurnia Nengsih, M. (2023). *The Influence of Green Marketing, Product Quality and Brand Image on Buying Interest in Bottled Drinking Water Brand Le Minerale*. 4(3), 411–424. <https://doi.org/10.53697/emak.v4i3>
- Kurniati, A. R. (2020). Kerangka Konsep Kerangka konsep merupakan turunan dari kerangka teori yang telah disusun sebelumnya dalam tinjauan pustaka . Kerangka konsep merupakan visualisasi hubungan antara berbagai variabel , yang dirumuskan oleh peneliti setelah membaca berbagai t. 2018–2020.
- Leon G. Schiffman, L. L. K. (2009). *Consumer Behavior* (9th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Maharani, R., Anzu, E., Zahara, S. E., Sy, M. E., Syariah, E., Thaha, S., & Jambi, S. (2023). Pengaruh *Green Marketing*, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Kfc Jamtos Jambi). 3(2), 1–15. [Http://Journal.Stiestekom.Ac.Id/Index.Php/Dinamikapage1](http://Journal.Stiestekom.Ac.Id/Index.Php/Dinamikapage1)
- Nur Indah Sari Nasution, L., Alhamra Salqaura, S., Catur Putera Hasman, H., Ekonomi dan Bisnis, F., Medan Area, U., & Utara, S. (2023). *Effect Of Green Product And On Tupperware Purchase Decisions In The Community In Tapan Dolok District Pengaruh Green Product Dan*

Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware Pada Masyarakat Di Kecamatan Tapian Dolok. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Nuraisyah Widia, N. N. R. (2023). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Starbucks Di Sekitar Purwosari).

Ottman, J. , & B. N. B. (1998). *Green marketing: opportunity for innovation. The Journal of Sustainable Product Design.*

Paath, D. N., Tampi, J. R. E., Mukuan, D. D. S., Studi, P., Bisnis, A., & Bisnis, J. A. (2020a). *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *1*(3).

Paath, D. N., Tampi, J. R. E., Mukuan, D. D. S., Studi, P., Bisnis, A., & Bisnis, J. A. (2020b). *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Jurnal Productivity*, *1*(3).

Peattie, K., & Crane, A. (2005). *Green marketing: legend, myth, farce or prophesy? Qualitative Market Research: An International Journal*, *8*(4), 357–370. <https://doi.org/10.1108/13522750510619733>

Polonsky, M. J. (1994). *An Introduction To Green Marketing. Electronic Green Journal*, *1*(2). <https://doi.org/10.5070/g31210177>

Putri Amalia, A., Prawata Hadi, S., & Prabawani, B. (2023). STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA SEMARANG. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Raharja, C. L. M., & Aksari, N. M. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dalam Membangun Ekuitas Merek. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, *8*(12), 7053. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I12.P08>

Rahbar, E., & Abdul Wahid, N. (2011). *Investigation of Green Marketing tools' effect on consumers' purchase behavior. Business Strategy Series*, *12*(2), 73–83. <https://doi.org/10.1108/17515631111114877>

- Randi, R., & Nengsih, M. K. (2023). *Influence of Green Marketing, Product Quality and Brand Image on Buying Interest in Bottled Drinking Water Brand Le Minerale*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3).  
<https://doi.org/10.53697/emak.v4i3.1270>
- Shakila, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Website Brisik.Id Terhadap Peningkatan Aktivitas Jurnalistik Kontributor. *Jurnal Komunika*, 17(2).
- Shil, P. (2012). *Evolution And Future Of Environmental Marketing*. In *IRJC Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review* (Vol. 1, Issue 3).  
[www.indianresearchjournals.com](http://www.indianresearchjournals.com)
- Siti Jahroh, S. S. C. I. F. (2019). *How Important Is Green Marketing Mix For Consumer? Lesson From The Body Shop*. *Jurnal Manajemen*, 23(2), 321.  
<https://doi.org/10.24912/jm.v23i2.504>
- Subagyo, & Nasyatul, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador Dan *Green Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 42–58.  
<https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i1.149>
- Wahyu Laksono Nanang Suryadi, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. In *Holistic Journal of Management Research: Vol. I* (Issue 1).
- Wibowo Tri Aji, S. S. E. (n.d.). Pengaruh *Green Marketing*, Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Aqua Pada Mahasiswa Di Yogyakarta . *JEMBA Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Vol.3, No.1, Januari 2024*.
- Wijayanto, A. (n.d.). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware Di Universitas Diponegoro). [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com),
- Yuke Kurnia Ikramayosi, J. B. S. D. (n.d.). Pengaruh Strategi *Green Marketing*, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen The Body

Shop. *JEMBA Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Vol.1, No.4,*  
*Juli 2022.*