

DAFTAR PUSTAKA

- Adiasih, P., Budiarmo, A. C., Sulangi, C. N., & Valerin, E. (2018). *Customers Income: Exploring Customer Willingness to Pay Towards Green-Rated Hotels*. Petra Christian University.
- Alkalah, C. (2016). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN GREEN PRICE SEBAGAI MODERATING VARIABEL PADA PRODUK THE BODY SHOP*. 19(5), 1–23.
- Astini, R. (2017). IMPLIKASI GREEN BRAND IMAGE, GREEN SATISFACTION DAN GREEN TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merk AQUA di Wilayah Serpong Utara). *Jurnal Manajemen*, 20(1), 19. <https://doi.org/10.24912/jm.v20i1.63>
- Basith, A., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2014). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survei pada pelanggan De'pans Pancake and Waffle di Kota Malang)*.
- Brown, S. W., Cowles, D. L., & Tuten, T. L. (1996). Service recovery: its value and limitations as a retail strategy. *International Journal of Service Industry Management*, 7(5), 32–46.
- Chang, N.-J., & Fong, C.-M. (2010). Green product quality, green corporate image, green customer satisfaction, and green customer loyalty. *African Journal of Business Management*, 4(13), 2836.
- Chang, N. J., & Fong, C. M. (2010). Calidad de producto verde, imagen corporativa verde, satisfacción del cliente verde y lealtad del cliente verde. *African Journal of Business Management*, 4(13), 2836–2844. <http://www.academicjournals.org/AJBM>
- Chen, J.-Z., & Chang, D. (2013). GREEN PRODUCT QUALITY. *Emerging Infectious Diseases*, 19(11), 1749.
- Cole, R. E. (1987). *Large-scale organizational change and the quality revolution: comparative gurus: Crosby versus Ishikawa*.
- Dewi Pawistri, K., & Harti, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Ramah Lingkungan, Sikap

Terhadap Lingkungan Dan Gaya Hidup Pada Keputusan Pembelian Nature Republic Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 08(01), 626–626.

Ferriandy, F. (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>

Genoveva, G., & Levina, L. (2019). the Green Marketing Mix: a Review of Customers' Body Shop Purchase Intention. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 400. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.7386>

Gunawan, F. W., I Gusti Agung Mas Krisna Komala Sari, & Lien Darlina. (2023). Analisis Penerapan Green Marketing di Hotel Aruna Senggigi Resort & Convention. *Journal of Mandalika Review*, 2(1), 13–20. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i1.45>

Hafid, H., Ahmar, A. S., & Rais, Z. (2023). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Reputasi Auditor terhadap Audit Delay pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020 Menggunakan Regresi Logistik. *VARIANSI: Journal of Statistics and Its Application on Teaching and Research*, 5(1), 15–22. <https://doi.org/10.35580/variansiunm71>

HAMONANGAN SINAGA, P. P., Sugiarto, Y., & Sugiarto, Y. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang)*. Universitas Diponegoro.

Immawati, S. A., Sukardiman, D. F., & Setiyawati, R. (2024). Perilaku Pembelian Ramah Lingkungan: Tinjauan terhadap Persepsi Nilai, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan di Niceso Kota Tangerang. *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA)*, 2(2), 123–133.

Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.

Juliana, J., Djakasaputra, A., & Pramono, R. (2020). Green perceived risk, green viral communication, green perceived value against green purchase intention through green satisfaction. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(2), 124–139.

- Juliantari, L. M. P., Yasa, P. N. S., & Indiani, N. L. P. (2019). The effect of green marketing and consumers' attitudes on brand image and consumers' purchase intention of green products in Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 6(1), 8–14.
- Mada, A. La, Hidayanti, I., & Yusuf, I. S. H. (2021). Efek Green Perceived Value dan Risk terhadap Green Repurchase Intention: Green Trust sebagai Pemediasi pada Pengguna Peralite di Kota Ternate. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 326–345. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.187>
- Maharani, R., Zahara, A. E., & Saijun, S. (2023). PENGARUH GREEN MARKETING, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus KFC Jamsos Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(2), 1–15.
- Muslihati, R. P., & Trifiyanto, K. (2021). Pengaruh Health Awarness , Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli (Studi pada Jamu Herbal Tradisional di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 78–86.
- Nisa, S. C. (2020). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Ades (Studi Pada Mahasiswa Stie PGRI Dewantarafile:///Users/macbook/Downloads/BAB 2.pdf Jombang)*. STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Nisa, V. A. (2023). *PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN PRICE TERHADAP GREEN BRAND IMAGE PADA PRODUK SENSATIA BOTANICALS*. UNIVERSITAS BAKRIE.
- Nurlaila. (2023). Pengaruh green marketing terhadap perceived value dan keputusan pembelian pada produk the body shop di kota tangerang selatan. *Program Studi Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri (Uin) Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Pali, K. A. K. (2000). *Metodelogi penelitian*.
- Paysal, S. A. R. A. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Nike di Bandung Tahun 201. *E-Proceeding of Applied Science : Vol.2, No.3*, 5(3), 248–253.

- Pribadi, P., & Dharmmesta, B. S. (2011). Influence of brand characteristic, company characteristic and trust in a brand toward brand loyalty (study of Tolak Angin Sidomuncul consumer in Yogyakarta). *JURNAL MANAJEMEN DAN PELAYANAN FARMASI (Journal of Management and Pharmacy Practice)*, 1(3), 165–170.
- Putri, D. E., Arta, I. P. S., Silaen, N. R., Simatupang, S. L. T., Tubagus, S., Setiawan, U., Lestyowati, J., Sugiarto, M., Sudirman, A., & Hendrayani, E. (2021). *Manajemen Perubahan*.
- Putro, W. A. (2017). *PENGARUH GREEN PRODUCT QUALITY DAN GREEN CORPORATE IMAGE TERHADAP GREEN CUSTOMER LOYALTY YANG DIMEDIASI GREEN CUSTOMER SATISFACTION (STUDI KASUS PADA PELANGGAN GALON MEREK AQUA DI KOTA YOGYAKARTA)*. 2–4.
- Rahmayant, H. I., & Arifin, S. (2021). Pengaruh Green Product Quality Dan Green Corporate Image Terhadap Green Customer Loyalty Dimediasigreen Customer *Volatilitas*, 226–237. <https://elearning.umpwr.ac.id/ejournal2/index.php/volatilitas/article/view/7728>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 522–529.
- Rizal, M., & Harsono, M. (2022). Green marketing dalam kajian filsafat ilmu. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(1), 116–136.
- Sari, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Zero Waste Lifestyle dan Green Perceived Value Terhadap Minat Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 382–388.
- Sugandini, D., Sukarno, A., Effendi, M. I., Kundarto, M., Rahmawati, E. D., & Arundati, R. (2020). Perilaku konsumen pro-lingkungan. *Perilaku Konsumen Pro-Lingkungan*.
- Sugiyono. (2017). Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Pt. Niion Indonesia Utama Tahun 2017. *EProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode Peneliiian. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*.

- Supriyati, S., & Rizky, D. M. (2018). Model Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Budidaya Perikanan Berbasis SAK EMKM dan Android. @ *Is The Best: Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise*, 3(2), 301–315.
- Tri Handani, H. A., & Prayitno, H. J. (2015). *validitas dan reliabilitas soal tengah semester genap kaitannya dengan ketercapaian tujuan pembelajaran bahasa indonesia kelas VIIIA SMP Negeri 2 Banyudono Tahun Pelajaran 2013/2014*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Utami, C. W., & Tulipa, D. (2006). Technology Acceptance dan Consumer Decision Model Sebagai Dasar Pembangun Model Niat Adopsi Teknologi Internet di Kalangan Pengguna Internet. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, 6(1).
- Utami, H. Y., Natassia, R., & Syahrul, A. R. (2022). Green Brand Inovativeness, Green Knowledge dan Utilitarian Enviromental Benefits terhadap Green Perceived Value. *Jurnal Ekobistek*, 11, 150–155. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i2.340>
- Zhuang, Z., Vortmeyer, A. O., Pack, S., Huang, S., Pham, T. A., Wang, C., Park, W.-S., Agarwal, S. K., Debelenko, L. V., & Kester, M. (1997). Somatic mutations of the MEN1 tumor suppressor gene in sporadic gastrinomas and insulinomas. *Cancer Research*, 57(21), 4682–4686.