

DAFTAR PUSTAKA

- Al Idrus, S., & MM, M. A. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Anang, M. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Apriliya, S. (2023). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Richeese Factory Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi* (Doctoral dissertation, Universitas Islam "45" Bekasi).
- ASTUTIK, P., & Walyoto, S. (2023). *PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GARNIER (Studi Kasus pada Konsumen Produk Garnier di Kota Grobogan)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).
- Ayu, A. D., & Samboro, J. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 181-184.
- Bala, R. P., & Haryanto, A. T. (2021). *Peranan Consumer Knowledge Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen*. *Journal Of Management, Business And Education*, 8(1), 61-69.
- Bathmathan, V., & Rajadurai, J. (2019). *Green marketing mix strategy using modified measurement scales—A performance on gen Y green purchasing decision in Malaysia*. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 9(1), 3612-3618.
- Bella, C. M., & Artanti, Y. (2021). *Sebuah Studi pada Wanita Bekerja: Pengaruh Motivational Factors, Purchase Preferences, dan Tendency Towards Health Consciousness terhadap Purchase Intention Green Cosmetics*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 587.
- Budiman A. (2021). *Produk – produk Kecantikan Lokal Perjuangkan Keberlanjutan Lingkungan*. Voaindonesia. Link <https://www.voaindonesia.com/a/produk-produk-kecantikan-lokal-perjuangkan-keberlanjutan-lingkungan-/6266381.html>
- Bugis, S. H., Sari, L. F., & Nofranita, W. (2023). *GREEN MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (STUDI KASUS PRODUK THE BODY SHOP DI GRAND MALL BASKO KOTA PADANG)*. *Ensiklopedia of Journal*, 5(3), 323-331.

- Casriyanti, C. (2020). Pengaruh religiusitas, consumer knowledge dan brand image terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah. *Jurnal Tasyri': Jurnal Muamalah dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 52-70.
- Chaniago, C. C., & Nopus, H. N. (2021). Effect of green advertising, green product on purchase decisions with brand image as intervening variable variabel. *Indonesian Journal Of Business And Economics*, 4(1).
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business ethics*, 93, 307-319.
- Chen, Y. S., Huang, A. F., Wang, T. Y., & Chen, Y. R. (2020). Greenwash and green purchase behaviour: the mediation of green brand image and green brand loyalty. *Total Quality Management & Business Excellence*, 31(1-2), 194-209.
- Dahlstrom, R. 2011. Green Marketing Mangement. United States: SouthWestern.
- Djajadiwangsa, K. P., & Alversia, Y. (2022). Sustainable Beauty: Pengaruh Eco-Label, Product Attributes, Perceived Consumer Effectiveness (PCE), dan Environmental Awareness terhadap Green Purchase Behavior. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 121-137.
- Dirsehan, T., & Kurtuluş, S. (2018). Measuring brand image using a cognitive approach: Representing brands as a network in the Turkish airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 67, 85-93.
- Dwi Santy, R., Si, M., Mayasari Buhari, R., & Pd, S. (2018). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MIDNIGHT SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada Mall-Mall Besar di Kota Bandung).
- Dwiyanti, E. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online SPayLater (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Engel, Blackwell, Miniard. 2006. Perilaku Konsumen. Ahli Bahasa:F.X.Budianto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Eze, U. C., & Ndubisi, N . O. (2013). Green buyer behavior: Evidence from Asia consumers. *Journal of Asian and African Studies*, 48(4), 413-426.
- Fahlepi, M. R., & Widodo, T. (2022). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Buying Behavior Pada Produk Innisfree Dengan Environmental Knowledge Dan Green Consumption Sebagai Variabel Mediasi. *eProceedings of Management*, 9(5).

- Fatimah, N. F. S., & Setiawardani, M. (2019, August). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Bandung). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1089-1101).
- Febrian, A. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada Pt Astra Internasional Isuzu Lampung* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).
- Firdaus, N. I. (2017). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Followers Instagram@ Starbucksindonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Foster, B. (2016). Impact of brand image on purchasing decision on mineral water product "Amidis"(Case study on bintang trading company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1-11.
- Ariani, M., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Consumer Knowledge Terhadap Brand Image Produk Tupperware. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 572-583.
- Firmansyah, Y. W., Setiani, O., & Darundiati, Y. H. (2021). Kondisi Sungai di Indonesia Ditinjau dari Daya Tampung Beban Pencemaran: Studi Literatur. *Jurnal Serambi Engineering*, 6(2).
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen generasi Z. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 15(1), 57-70.
- FuiYeng, W., & Yazdanifard, R. (2015). Green marketing: A study of consumers' buying behavior in relation to green products. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 15(5), 16-23.
- Gamas, J., & Suhermin, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(4).
- Gde, N. K. M. U. T., & Sukawati, R. PERAN BRAND IMAGE MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THE BODY SHOP DI DENPASAR.
- Genoveva, G., & Berliana, W. (2021). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Brand Image Produk Tupperware. *Journal of Management and Business Review*, 18(1), 60-76.
- Ginting, G. M., & Safrin, F. A. (2023). Pengaruh Green Product, Green Promotion,

dan Green Perceived Value Produk Garnier terhadap Minat Beli Milenial di Kota Medan. *Jurnal Price: Ekonomi dan Akuntansi*, 1(02), 56-66.

Hasman, A., & Samartín, M. (2024). Competition, coinsurance and moral hazard in banking. *Journal of Banking & Finance*, 164, 107207.

Hardiyansah, M., AGUSTINI, A. T., & PURNAMAWATI, I. (2021). The effect of carbon emission disclosure on firm value: environmental performance and industrial type. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 123-133.

Hongdiyanto, C., & Mauludi, M. F. I. (2021). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD. ESTU JAYA. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(2), 172-179.

Insani, A. S., Hoyyi, A., & Rahmawati, R. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Dalam Pemilihan Jurusan Menggunakan Structural Equation Modeling (SEM)(Studi Kasus di Jurusan Statistika Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Gaussian*, 3(4), 537-546.

Irsalina, N., & Susilowati, H. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(1), 41-51.

Istantia, S., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). *Pengaruh green marketing terhadap citra merek dan keputusan pembelian (survei pada pengguna produk ramah lingkungan lampu philips led di perum kepanjen permai 1, RW 4, Desa Talangagung, Kec. Kepanjen, Malang, Jawa Timur)*. Brawijaya University.

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.

Karlina, G., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Mediator. *Management and Accounting Expose*, 1(2), 56-65.

Khayatin, N., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2017). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Pelanggan Teh Kotak)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management. Essex: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusnandar, D. L., & Rinandiyana, L. R. (2017). The Influence of Green Marketing on Purchase Decision with Brand Image as Mediate Variable. *Sustainable Competitive Advantage7 (SCA-7) FEB Unsoed*.
- Kusumawati, A., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh green perceived risk dan green packaging terhadap green purchase intention pada produk skincare avoskin: studi pada konsumen terhadap niat beli produk avoskin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2071-2084.
- Larasati, J. A., & Susilo, D. (2022). Effect of Attractiveness of Sales Promotion Messages, Endorsement Beauty Influencers on Interest in Buying Rose All Day Instagram Followers. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(2), 121-137.
- Larasati, Q., Wisnalmawati, W., & Sugandini, D. (2021). Peran Mediasi Brand Image Pada Green Promotion, Environmental Consciousness, Information Credibility Terhadap Purchase Decision. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(1), 61-68.
- Lestari, R. B., & Kardinal, K. (2018). Minat Beli Produk Hijau pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 9(2), 117-124.
- Lestiani, E., Maryam, S., & Widayanti, R. (2020). INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTION AND KNOWLEDGE OF ECOLABELLING ON DECISION OF BUYING GREEN PRODUCT. *Bongaya Journal of Research in Management*, 3.
- Lin, Y., Yang, S., Hanifah, H., & Iqbal, Q. (2018). An exploratory study of consumer attitudes toward green cosmetics in the UK market. *Administrative Sciences*, 8(4), 71.
- Majeed, M. (2022). Green Marketing Communication and Consumer Response in Emerging Markets. *Green Marketing in Emerging Economies: A Communications Perspective*, 43-73.
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. (2021). Green marketing dan CSR terhadap

keputusan pembelian dengan pengetahuan konsumen sebagai variabel moderasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 28-38.

Mahmoud, T. O., Ibrahim, S. B., Ali, A. H., & Bleadly, A. (2017). The influence of green marketing mix purchase intention: The mediation role of environmental knowledge. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(9), 1040-1048.

Martiah, A., Randa, F., & Octaviani, R. (2023). Pengaruh Green Marketing Strategy, Brand Image, terhadap Keputusan Pembelian dengan Peran Green Brand Knowledge Sebagai Mediasi. *Bahtera Inovasi*, 7(2), 1-9.

Maulidia, A. N. (2023). *Pengaruh green marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Avoskin Beauty di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Maymand, M. M., & Ahmadinejad, M. (2011). Impulse buying: the role of store environmental stimulation and situational factors (An empirical investigation). *African Journal of Business Management*, 5(34), 13057.

Meilina, N., Diana, N., & Alrasyid, H. (2022). Pengaruh Budaya dan Consumer Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dannis (Studi Kasus Pondok Pesantren An-nur 2 Bululawang Malang). *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 3(2).

Nekmahmud, M., & Fekete-Farkas, M. (2020). Why not green marketing? Determinates of consumers' intention to green purchase decision in a new developing nation. *Sustainability*, 12(19), 7880.

Mohd Suki, N., & Abang Salleh, A. S. (2016). Does Halal image strengthen consumer intention to patronize Halal stores? Some insights from Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 7(1), 120-132.

Moravcikova, D., Krizanova, A., Kliestikova, J., & Rypakova, M. (2017). Green Marketing as the Source of the Competitive Advantage of the Business. *Sustainability*, 9(12), 2218.

Mourad, M., & Serag Eldin Ahmed, Y. (2012). Perception of green brand in an emerging innovative market. *European journal of innovation management*, 15(4), 514-537.

Mowen, J. C., & Voss, K. E. (2008). On building better construct measures: Implications of a general hierarchical model. *Psychology & Marketing*, 25(6), 485-505.

Musay, F. P. (2013). *Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian (survei*

pada konsumen kfc kawi malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

- Mutia, A. (2022). Makin meroket, pendapatan produk kecantikan dan perawatan diri di ri capai rp111, 83 triliun pada 2022. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>.
- NOVITA, Y. (2019). *Pengaruh Green Product, Green Price, Green Advertising dan Green Place Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna the Body Shop)* (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).
- Nora, L. (2019). Trust, commitment, and customer knowledge: Clarifying relational commitments and linking them to repurchasing intentions. *Management Decision*, 57(11), 3134-3158. Ōnuki, Y., Nakamura, A., Honda, F., Aoki, D., Tekeuchi, T., Nakashima, M., ... & Nakama, T. (2017). Divalent, trivalent, and heavy fermion states in Eu compounds. *Philosophical Magazine*, 97(36), 3399-3414.
- Osiyo, A. K. M. (2018). Pengaruh green marketing terhadap green brand image dan purchase intention pelanggan pada starbucks coffee malang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1-9.
- Pitaloka, E., Suyoto, Y. T., Febriyanti, A., & Sukarno, D. A. R. (2023). The Impact of Green Marketing Mix on Brand Image of Unilever Indonesia. *KnE Social Sciences*, 65-76.
- Prameswari, A. S., & Hariasih, M. (2023). Green Marketing and Brand Image Affect the Purchase Decision of Generation Z On Green Products: Green Marketing dan Brand Image Mempengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z pada Produk Ramah Lingkungan.
- Priyono, A. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Identitas Merek pada Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk di Area Pemasaran Jakarta. *Industrial Engineering Journal*, 6(1).
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., ... & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina.
- Pudaruth, S., Juwaheer, T. D., & Seewoo, Y. D. (2015). Gender-based differences in understanding the purchasing patterns of eco-friendly cosmetics and beauty care products in Mauritius: a study of female customers. *Social responsibility journal*, 11(1), 179-198.
- Rahbar, E., & Wahid, N. A. (2011). Investigation of green marketing tools' effect on consumers' purchase behavior. *Business strategy series*, 12(2), 73-83.

- Rahmawati, R., Nurhasan, R., & Rismanto, H. (2021). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian (pada Konsumen Air Mineral Ades di Garut). *Journal of Knowledge Management*, 15(1), 14-26.
- Rini, D. A. K. (2021). *PENGARUH PENGETAHUAN, LABEL HALAL, RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOSMETIK HALAL (Studi Empiris Pada Konsumen Kosmetik Wardah dikota Magelang)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Riskiana, N. E. P. N., & Mandagi, A. M. (2021). Tingkat pendidikan dengan fungsi kognitif pada lansia dalam periode aging population. *Preventif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 12(2), 256-256.
- Rizan, M., Suhud, U., Rahmah, M., Tholibin, M. Z., Nafi'a, M. A., Supriatna, S., ... & Intyassari, D. P. (2023). STRATEGI BAURAN PEMASARAN.
- Romadon, Y., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). *PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE DAN STRUKTUR KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Followers Account Twitter@PertamaxIND Pengguna Bahan Bakar Ramah lingkungan Pertamina Series)*. Brawijaya University.
- ROSYANA, V. (2022). *PENGARUH GREEN MARKETING MIX DAN GREEN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GREEN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Gerai Starbucks Coffee Karang Tengah)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- SAFIRA, N. M., & MAHFUDZ, M. (2023). *PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen The Body Shop di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Salam, A., Azzahra, A., & Al Haq Kamal, F. W. W. (2022). Pengaruh promosi, brand Image dan shopping lifestyle. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(2).
- Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Ades (Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Ades Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(5).
- Sarah, Y. (2020). Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 33-47.

- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian produk the body shop indonesia (studi kasus pada followers account twitter@ thebodyshopindo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1).
- Simão, L., & Lisboa, A. (2017). Green marketing and green brand–The Toyota Case. *Procedia manufacturing*, 12, 183-194.
- Simão, L., & Lisboa, A. (2017). Green marketing and green brand–The Toyota Case. *Procedia manufacturing*, 12, 183-194.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., ... & Muliatie, Y. E. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., ... & Ulfah, M. (2022). BOOK of BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING.
- Sood, Y. R., & Singh, R. (2010). Optimal model of congestion management in deregulated environment of power sector with promotion of renewable energy sources. *Renewable Energy*, 35(8), 1828-1836.
- Siswanto, E. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. *Jurnal Economina*, 2(7), 1816-1828.
- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Buku ajar perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Sullivan, P., & Heitmeyer, J. (2008). Looking at Gen Y shopping preferences and intentions: exploring the role of experience and apparel involvement. *International Journal of Consumer Studies*, 32(3), 285-295.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sumarwan, U. (2003). Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. *Language*, 368, 245cm.
- Sumarwan. (2017). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Supriana, T., & Pane, T. C. (2018, February). The influences of consumer characteristics on the amount of rice consumption. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 122, No. 1, p. 012022). IOP Publishing.

- Suki, N. M., & Suki, N. M. (2016). Mediating role of social responsibility on the relationship between consumer awareness of green marketing and purchase intentions. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 9(8), 2996-2999.
- Suki, N. M., & Suki, N. M. (2018). Halal cosmetic products: Do knowledge and religiosity affect consumers' attitude and intention to use. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.38), 764-767.
- Sumarwoko, A. R. (2022). *PENGARUH GREEN PRODUCT, CONSUMER KNOWLEDGE DAN BRAND IMAGE PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Konsumen Pertamina Series di Indonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Suryawan, I. P. E., Wimba, I. G. A., & Dewi, I. S. (2022). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman pada Restoran Braga Permai Cabang Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4), 1084-1095.
- Suyoto, Y. T., Pitaloka, E., Febriyanti, A., & Sukarno, D. A. R. (2023). The Impact of Green Marketing Mix on Brand Image of Unilever Indonesia. *KnE Social Sciences*.
- Syuhada, R. (2017). *Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image Dan Green Marketing Mix Pada Keputusan Pembelian Produk Kosmetika Wardah Di Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).
- Tiwari, S., Tripathi, D. M., Srivastava, U., & Yadav, P. K. (2011). Green marketing-emerging dimensions. *Journal of Business Excellence*, 2(1), 18-23.
- Tonibun, T., Saporso, S., & Wahyoedi, S. (2021). Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek pada penjualan kendaraan bermotor roda empat. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 3(2), 113-129.
- Tsai, P. H., Lin, G. Y., Zheng, Y. L., Chen, Y. C., Chen, P. Z., & Su, Z. C. (2020). Exploring the effect of Starbucks' green marketing on consumers' purchase decisions from consumers' perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102162.
- Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Perilaku konsumen dalam pembelian produk ramah lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 208-223.
- Vermillion, L. J., & Peart, J. (2010). Green marketing: Making sense of the situation. In *Allied academies international conference. academy of marketing studies. Proceedings* (Vol. 15, No. 1, p. 68). Jordan Whitney Enterprises, Inc.

- Wijanto, S.H. 2008. Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.80: Konsep dan Tutorial. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wijaya, M. H. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Yahya, Y. (2022). Peran Green Marketing, Green Brand Image Terhadap Purchase Intention Dengan Green Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 1(1), 17-38.
- Yan, Y. K., & Yazdanifard, R. (2014). The concept of green marketing and green product development on consumer buying approach. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 3(2), 33-38.
- Yasmin, A. (2017). Impact of brand image on consumers' purchase decision. *International Journal of Research in Social Sciences*, 7(10), 627-644.
- Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 70-80.
- Zulkifli, A. (2020). Green marketing: redefinisi green product, green price, green place, and green promotion.