

## DAFTAR PUSTAKA

- Andita, A, R., & Dewi, C, K., 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran *Green Marketing* terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk The Body Shop (Studi pada Pengguna The Body Shop di Kota Malang), *e-Proceeding of Management*, Vol. 3, No. 1:715-722.
- Apriati, I. D., & Riptiono, S., 2021. *Pengaruh Green Product, Citra Merek, dan Customer Experience terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction Action sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Tupperware di Kabupaten Kebumen)*. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas STIE Putra Bangsa, Kebumen.
- Ariningrum, A. I., 2021. Analisis Pengaruh *Green Product* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Kebumen), *Perpustakaan Universitas Putra Bangsa*, 1–6.
- Ashari, F., Qomariah, N., & Reskiputri, T. D., 2018. *Analisis Kesadaran Lingkungan, Harga dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Ades di Jember*. Bagian Penerbitan Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.
- Ashari, A, P., et al., 2020. Analisis Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Makassar, *Management Development and Applied Research Journal*, Vol. 3, No. 1:1-15.
- Astawa, K., Budarma, K., Widhari, C., I. 2021. *Manajemen Supervisi Hotel*. Pekalongan: Nasya Expanding Management.
- Agustina, R., Prana, R. R., & Suprianto, 2018. *Pengaruh Iklan Sepeda Montor Yamaha terhadap Citra Merek (Studi pada Mahasiswa Politeknik LP3I Medan)*. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.
- Atmando, C. R., 2019. Pengaruh Persepsi *Green Product* dan *Green Citra merek* Terhadap Minat Beli Rumah Ramah Lingkungan pada Generasi Y di Surabaya, *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol. 4, No. 3:394–405.
- Author's Guide*. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, Kudus.
- Basuki. 2021. *Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik terhadap Kinerja Organisasi di Rumah Sakit*. Bandung: Media Sans Indonesia.
- Cahyono, E., 2018. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan

- Pembelian Handphone Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 5, No. 1:61–75.
- Chen, Y., Hung, S., Wang, T., Huang, A., & Liao, Y., 2017. The Influence of Excessive Product Packaging on Green Brand Attachment : The Mediation Roles of Green Brand Attitude and Green Brand Image, *Sustainability*, Vol. 9, No. 4:1–15.
- Damayanti, E., & Nuvriasari, A., 2021. Pengaruh *Green Packaging*, *Green Advertising*, *Green Perceived Value*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Body Shop, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 6, No. 2:385-404.
- Darmawan, D, 2017. Pengaruh Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik, *Jurnal Agrimas*, Vol. 1, No. 1:1-10.
- Dwiasuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. 2012. *Ilmu perilaku konsumen*. Malang: UB Press.
- Fatmawati, N., & Soliha, E., 2017. Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Montor Matic "Honda", *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, Vol. 10, No. 1:1–20.
- Fattah, M., Purwanti, P. 2017. *Manajemen Industri Perikanan*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M., 2019. Religiusitas, Lingkungan dan Pembelian *Green Product* pada Konsumen Generasi Z, *E-Journal UIN Malang*, Vol. 15, No. 1:57–70.
- Febrianty, & Fatmariansi. 2019. *Geliat Greenpreneur*. Pekalongan: Penerbit Nem.
- Genoveva, G., & Berliana, W., 2021. Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap *Brand Image* Produk Tupperware, *Journal Management and Business Review*, Vol. 18, No. 1:60-76.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R., 2019. Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/*Green Product* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Vol. 2, No. 1:37–44.
- Hartini, 2021. Keputusan Pembelian Produk AQUA Green Marketing di Sumbawa Besar Dilihat dari Green Product dan Green Brand, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, Vol. 3, No. 2:1–10.

- Haryono, S., & Wardoyo, P. 2017. *Structural Equation Modeling untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Umum.
- Hasanah, N., & Handayani, W., 2020. Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising* dan *Green Trust* terhadap Keputusan Pembelian Skincare Himalaya Herbals di Palapa Toserba Surabaya, *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 7, No. 1:12–20.
- Hendarsih, I., 2017. Analisis Konsep Green Product sebagai Pelaksanaan Etika Bisnis pada Perusahaan, *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, Vol. 1, No. 1:76–85.
- Hikmatunnisa, Purwanti, R. S., & Setiawan, I., 2020. Pengaruh *Green Product* dan *Green Advertising* terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Pe, beli yang Menghuni Perumahan Garden City Ciamis), *Business Management and Entrepreneurship Journal*, Vol. 2 : 130–140.
- Huang, J., & Wan, X., 2019. The Color-flavor Incongruency in Product Evaluation and merekPerpeption, *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 18, No. 1:1-10.
- Joesyiana, K., 2018. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau), *Jurnal Valuta*, Vol. 4, No. 1:71–85.
- Jiang, Yuwei et al., 2016. Does Your Company Have the Right Logo? How and Why Circular-and- Angular-Logo Shapes Influence Brand Attribute Judgments, *Journal of Consumer Research*, Vol. 42, No. 5:709-726.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif. In Philosophy of Science*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kusumawati, E., 2019. Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi *Green Advertising*, *Jurnal Karya Ilmiah*, Vo. 19, No. 1:57–64.
- Kusuma, P. H. A. 2020. *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Sumatra Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Kuspriyono, Taat, 2017. Pengaruh Promosi Online dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Surabaya Martha Tilaar, *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, Vol. 15, No. 2:1-8.
- Khoiruman, M., & Purba, S. D., 2020. Pengaruh *Green Product*, *Green Place*, dan *Green Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Produk Essential Oil di Rumah Atsiri Indonesia, *Journal of Business and Management*, Vol. 7, No.

1:46-54.

Kriyantono, R. 2013. *Manajemen Periklanan*. Malang: UB Press.

Latif, Hasyim. 2021. *Optimasi Desain dalam Membangun Kesadaran Budaya Lokal*. Sleman: Bintang Pustaka Madani.

Laura, Netty, 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening, *Journal of Management and Business Review*, Vol. 14, No. 2:258-284.

Lestari, E. R., Putri, H. K., Anindita, C., & Laksmiari, M. B., 2020. Pengaruh *Green Product* (Minuman Ramah Lingkungan), *Green Advertising*, dan Kepedulian Lingkungan terhadap *Green Trust* dan Implikasi terhadap Minat Beli, *Jurnal Teknologi Pertanian*, Vol. 21, No. 1:1–10.

Lestari, R. et al. 2020. *The ART of Branding*. Yogyakarta: Zahir Publishing.

Luviana, Y. R., Hufron, M., & Slamet, A. R., 2017. Pengaruh *Green Marketing* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Air Minum dalam Kemasan AQUA (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang Angkatan 2013-2016), *E – Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 1:148–159.

Makatumpias, D., Moniharapon, S., & Tawas, H. N., 2018. Pengaruh *Green Product* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Manado, *Jurnal EMBA*, No. 6, No. 4:4063–4072.

Malik, R., Bakkareng, & Delvianti., 2021. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Toko Khanza Kecamatan Koto Tangah Kota Padang, *Jurnal Matua*, Vol. 3, No. 1:135–150.

Maslakhah, I., & Sutopo, 2017. Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan terhadap Citra Merek serta Preferensi Merek di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA), *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 4:1–15.

Masturoh, L. M., 2017. Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising*, dan *Green Brand* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Green Bag* di Carrefour Kota Malang, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 5, No. 1:1–14.

Mauliza, P., 2020. Pengaruh *Green Product*, *Green Advertising* Dan *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di SMPN Beureunuen, *Jurnal Ilmiah Simantek*, Vol. 4, No. 3:189–197.

Muadin, A, 2017. Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 5, No. 2:293–308.

- 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 (Studi pada Mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan Konsumen Air Minum dalam Kemasan Merek AQUA), *Jurnal Sketsa Bisnis*, Vol. 4, No. 2:61–75.
- Mogaji, E. et al. 2022. *Green Marketing in Emerging Economies A Communications Perspective*. Switzerland: Springer Nature.
- Mohsin, S. W. C. B., 2016. Consumers' Behavioural Intentions After Experiencing Deception or Cognitive Dissonance Caused by Deceptive Packaging, Package Downsizing or Slack Filling, *European Journal of Marketing*, Vol. 50, No. 1:1-25.
- Padmalia, M., 2018. Determinan Keputusan Pembelian Produk *Green Label* Berdasarkan *Green Product* Dan Getok Tular, *Jurnal Manajemen Maranatha*, Vol. 17, No. 2:91–102.
- Pemayun, A. A. I. C. D., & Suprpti, N. W. S., 2016. Pengaruh Etika Lingkungan Perusahaan terhadap Keunggulan Kompetitif: Peran Mediasi Inovasi Produk Hijau, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No. 9:5895–5922.
- Pertami, N. P. A. P., & Setiawan, P. Y., 2017. Pengaruh *Green Marketing* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Brand Image* Produk SPA Bali Tangi, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 12:6410–6440.
- Prabowo, E. R., 2020. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang), *Manajemen Ilmiah Solusi*, Vol. 18, No. 4:1-10.
- Pratiwi, N. R., & Tjahjaningsih, E., 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection Di Semarang), *Proceeding SENDIU*, 510–518.
- Prasetya, Prita, & Sekar. W. P. 2020. *Metode Riset Bisnis Structural Equation Modeling dan Soft System Methodology*. Bogor : IPB Press.
- Priambudi, A. N., & Deliana, Y., 2021. Hubungan Pengetahuan dengan Perilaku Penggunaan *Green Packaging* di Masyarakat DKI Jakarta, *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, Vol. 7, No. 1:49–59.
- Priyanka, D. F., & Septrizola, W., 2019. Pengaruh *Green Product* dan *Green Promotion* terhadap *Brand Image* PT Suzuki Indomobil di Kota Padang, *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, Vol. 2, No. 2:165-168.
- Purnama, H., 2019. *The effect of Green Packaging and Green Advertising on Brand Image and Purchase Decision of Teh Kotak product*, Vol.308 : 132–135.

- Putri, B. R. T. 2017. *Manajemen pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Denpasar.
- Putri, D. E, et al. 2021. *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Putri, N., P, & Kusumadewi, N., M., 2018. Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 8:4355-4384.
- Pulungan, M. H. 2018. *Teknologi Pengemasan Dan Penyimpanan*. Malang: UB Press.
- Qomariah, Nurul. 2020. *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung*. Jember: Pustaka Abadi.
- Radjab, E., & Jam'an, A. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan.
- Rahayu, S. 2019. *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan terhadap Objek Wisata*. Palembang: Anugrah Jaya.
- Ratnasari, P. Y., 2018. Analisis Pengaruh *Green Product, Green Packaging, Green Advertising* terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu UHT (Ultra High Temperature) Ultra Milk melalui Persepsi Konsumen (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), *Research Repository*, 1–22.
- Reven, D., & Ferdinand, A. T., 2017. Analisis Pengaruh Desain produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta), *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 3:1–15.
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K., 2017. Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap Dan Niat Beli Produk Hijau “The Body Shop” Di Kota Denpasar, *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 6, No. 1:37–166.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Samad, A., & Wibowo, 2016. Pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol, 4, No. 3:1–9.
- Santoso, I., & Fitriyani R., 2016. *Green Packaging, Green Product, Green Advertising*, Persepsi dan Minat Beli Konsumen, *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, Vol. 9, No. 2:147-158.

- Sari, I. G. A. W., & Setiawan, P. Y., 2017. Pengaruh *Green Marketing* Dan *Packaging* Terhadap *Brand Image* dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 6, No. 7:3820–3849.
- Septiningsih, W. T., et al., 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, *Variety Seeking*, dan Harga terhadap Perpindahan Merek ke Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen Bedak Wardah di Sardo Swalayan), *e-Journal Riset Manajemen*, Vol. 8, No. 3:109-121.
- Setiyonovitas, R., & Syahrivar, J., 2017. Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ramah Lingkungan di Kawasan Industri Cikarang, *Jurnal Manajemen*, Vol. 7, No. 1:1-9.
- Saskara, A. P. 2021. *Media Periklanan Berbasis Implementasi Tutorial Praktek*. Bali: Swasta Nulus.
- Shidiqy, D., 2016. Respon Emosional Sebagai Mediasi Pengaruh Visualisasi Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pembeli Rokok Sampoerna A Mild di Warung Kopi Waris Tulungagung), *IAIN Tulungagung Research Collections*, Vol. 3, No. 1:1-7.
- Shodiq, Relawati, & Bakhtiar, 2020. Education of Rural Society Influences Green Behavior in Disposing Food Packaging, *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 1, No. 1:30–42.
- Sigit, D. V. et al., 2019. Development Green Consumerism E-Book for Undergraduate Students (GC-EBUS) as Learning Media in Environmental Learning, *Indian Journal of Public Health Research & Development*, Vol. 10, No. 8:2026–2031.
- Situmorang, I. L., Jushermi, & Marhadi., 2017. Pengaruh Kulaitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru, *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol. 4, No. 1:72–86.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. In *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soedjono, Tegowati, & Khamimah, W., 2019. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, dan Layanan Purna-jual terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Accounting and Management Journal*, Vol. 3, No. 1:23–35.
- Sucipta, N. et al. 2017. *Pengemasan Pangan*. Bagian Penerbitan Universitas Udaya Denpasar, Denpasar.
- Sudiantini, Dian. 2020. *Leaders and Culture Bagaimana Strategi Meningkatkan Kinerja Layanan Publik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirman, & Salam A., 2021. Analisis Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek AQUA, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 11, No. 1:69-80.
- Sundar, A., et al., 2020. How Product aesthetics Cues Efficacy Beliefs of Product Performance, *Journal Psychology & Marketing*, Vol. 37, No. 9:1-17.
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I., 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang), *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1:135–144.
- Skaczkowski, G. et al., 2017. Influence of Premium Versus Value merekNames on The Smoking Experience In a Plain Packaging Environment: An Experimental Study, *BMJ Journals*, Vol. 7, No. 1:1-10.
- Utomo, B., S., et al. 2012. *Asap Cair*. Jakarta: Kepala Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pengolahan Produk dan Bioteknologi Kelautan dan Perikanan.
- Wahab, Z. et al., 2017. Analysis The Effect of Environmental Concern and Green Advertising to Green Purchasing In Palembang City, *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, Vol. 1, No. 3:297–310.
- Waluyo, M., & Rachman, M. 2020. *Mudah Cepat Tepat dalam Aplikasi Structural Equation Modeling*. Batu: Literasi Nusantara.
- White, V. et al., 2019. Long-term Impact of Plain Packaging of Cigarettes with Larger Graphic Health Warning: Findings From Cross-Sectional Surveys of Australian Adolescents Between 2011 and 2017, *BMJ Journals*, Vol. 28, No. 1:1-12.
- Yunaida, E, 2017. Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2:798–807.
- Yustika, A, E. 2015. *Membangun Ekonomi Nasional yang Kokoh*. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Zhao, X., Pan, C., Cai, J., Luo, X., & Wu, J., 2021. Driving E-Commerce merek Attachment Through Green Packaging: an Empirical Investigation, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 22, No. 3:178–198.