

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdillah, M. F., & Utama, A. (2018). Pengaruh Green Product Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli (Studi Pada Konsumen Lampu Philips LED Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen* , Vol.15, No.2: 82.
- Agustini, M. Y. (2019). *Green Marketing: The Context Of Indonesia And Philippines*. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Ahmad, R. F., & Azizah, N. (2021). Peran Sikap Pada Iklan Dalam Memediasi Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. *Jurnal Syntax Admiration* , Vol.2, No.2: 300-315.
- Aini, Y., & Sulastri. (2022). Dampak Green Product dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek AQUA. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* , Vol.4, No.1: 599-609.
- Akramiah, N., Hastari, S., & Sari, I. M. (2021). The Effect Of Brand Ambassador And Celebrity Endorser On Consumer Purchase Interest Of Le Minerale On Students Faculty Of Economics, Merdeka University, Pasuruan. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management* , Vol.3, No.1: 65-73.
- Amallia, B. A., Effendi, M. I., & Ghofar, A. (2021). The Effect of Green Advertising, Trust, and Attitude on Green Purchase Intention: An Evidence from Jogjakarta, Indonesia. *International Journal Of Creative Business and Management* , Vol.1, No.1: 66-79.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. *e-Proceeding of Management* , Vol.8, No.2: 2074-2082.
- Ariescy, R. R., Amriel, E. E., & I., R. A. (2019). Pengaruh Iklan Hijau Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Air Mineral Merek ADES Di Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal Mebis)* , Vol.4, No.2: 142-149.

- Astuti, T. D. (2022, Agustus 11). *Mi Instan Sebagai Alternatif Mi Lebih Sehat*. Dipetik September 16, 2022, dari Valid News: <https://www.validnews.id/kultura/mi-instan-sebagai-alternatif-mi-lebih-sehat>
- Azizah, N. (2020, Oktober 7). *Survei LIPI: Konsumsi Makanan Sehat Meningkatkan Selama Pandemi*. Dipetik September 15, 2022, dari Republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/qhu2c1463/survei-lipi-konsumsi-makanan-sehat-meningkat-selama-pandemi>
- Brand, T. (2023). *Komparasi Brand Index*. Dipetik Februari 18, 2023, dari Top Brand Award: [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=2&id\\_subkategori=30](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=30)
- Brand, T. (2022). *TOP BRAND INDEX FASE 1 2022*. Dipetik April 14, 2022, dari TOP Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Budiyanto, & Prasaja, M. G. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Pemodelan Green Product dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian di Kabupaten Purworejo Provinsi Jawa Tengah. *SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis* , Vol.16, No.3: 39-48.
- Darlius, C., & Keni, K. (2021). The Effect of Green Brand Image, Green Advertising and Celebrity Endorsement on Purchase Intention of Green Product. *ICEBSH* , Vol.570: 32-39.
- Darwin, M., Mamondol, M.R., Sormin, S.A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Silvya, D., et al. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Elvierayani, R. R., & Choirah, F. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA). *Mandalika Mathematics and Education Journal* , Vol.2, No.1: 67-75.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, Lingkungan dan Pembelian Green Product Pada Konsumen Generasi Z. *Iqtishoduna* , Vol.15, No.1: 57-70.

- Gani, I., & Amalia, S. (2018). *Alat Analisis Data Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi & Sosial Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwood, G. L. (2013). *Fashion Marketing Communications*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Handoko, H., & Arifin, A. (2021). Pengaruh Green Product Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Green Advertising. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis (JMOB)* , Vol.1, No.4: 574-582.
- 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 Dan Bisnis Dewantara* , Vol.2, No.1: 37-44.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Jannah, A. R., & Hadita. (2022). NCT Dream's Role As a Brand Ambassador Through Buying Interest In The Purchase Decision of Lemonilo Noodles in Bekasi City. *Dinasti International Journal Of Management Science (DIJMS)* , Vol.4, No.1: 1-10.
- Kaima, A. D., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Green Product dan Citra Perusahaan Pada Minuman Isotonik Hydro Coco Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengunjung Minimarket Wilayah Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen* , Vol.6, No.4: 501-507.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Khoiruman, M., & S. D. (2020). Pengaruh Green Product, Green Price dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Essential Oil di Rumah Atsiri Indonesia. *Journal of Business And Management* , Vol.7, No.1: 46-54.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing: Seventeenth Edition*. Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: 14E*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawan, C. N., & Susanto, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Testimoni di Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Management & Accounting Expose* , Vol.3, No.2: 98-112.
- Kusumawati, E. (2019). Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi Green Advertising. *Jurnal Kajian Ilmiah Universitas Bhayangkara Jakarta Raya* , Vol.19, No.1: 57-64.
- Lathifah, A. R., & A.Widyastuti, D. (2018). Pengaruh Green Product Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Pada Produk Lampu LED Merek Phiips). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)* , Vol.1, No.1: 15-28.
- Madjidan, N. L., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Green Product Terhadap Green Purchase Intention Pada Alang Alang Zero Waste Shop. *Jurnal Ecogen* , Vol.5, No.2: 294-305.
- Mahmoud, T. O. (2018). Impact of Green Marketing Mix on Purchase Intention. *International Journal of Advanced and Applied Sciences* , Vol.5, No.2: 127-135.
- Manongko, A. A. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behaviour)*. Minahasa Utara: Yayasan Makaria Waya.
- Mardiana, N. R. (2019). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta). *Jurnal Online Internasional & Nasional* , Vol.7, No.1: 1689-1699.
- 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.
- MediaIndonesia.com. (2022, Januari 25). *Lemonilo Resmi Gandeng NCT Dream Sebagai Brand Ambassador*. Dipetik September 15, 2022, dari Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/hiburan/466851/lemonilo-resmi-gandeng-nct-dream-sebagai-brand-ambassador#:~:text=Lemonilo%20Resmi%20Gandeng%20NCT%20Drea m%20Sebagai%20Brand%20Ambassador,->

Mediaindonesia.com%20%7C&text=Lemonilo%20resmi%20memperkenalkan%20NCT%20Dr

Mesra. (2017). *Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Medan.

Nasyatul, A., & Subagyo. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand ambassador dan Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia* , Vol.5, No.1: 42-58.

Novika, W. B., Andayani, S., & Pratiwi, N. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Fanatisme Penggemar Terhadap Minat Beli Para K-Popers Di Kota Surabaya Pada Produk Mie Instan Lemonilo. Vol.1, No.1: 21-25.

Nuada, I. N., Oktiani, A., Suharti, & Faezal, M. (2021). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Desain Website dan Online Review Terhadap Minat Beli Online Di Marketplace Lazada. *Media Bina Jurnal* , Vol.16, No.1: 5961-5968.

Oktaviani, D., & Rodhiah. (2021). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Produk Love Beauty and Planet di Jakarta. *Syntax Idea* , Vol.3, No.7: 1586-1597.

Pahlevi, R. (2022, Juli 14). *Penjualan Mi Instan Terus Meningkatkan dalam 5 Tahun Terakhir*. Dipetik September 13, 2022, dari Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/penjualan-mi-instan-terus-meningkat-dalam-5-tahun-terakhir>

Pahlevi, R. (2021, November 26). *Penjualan Ritel Mi Instan Terus Meningkatkan sejak 2015*. Dipetik April 14, 2022, dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/26/penjualan-ritel-mi-instan-terus-meningkat-sejak-2015>

Pandika, N. S., Sagir, J., & Darwini, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea. *Ekonobis* , Vol.7, No.1: 125-142.

Pertiwi, B.A., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodal. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1376-1383.



- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Purwanto, N. (2021). Pengaruh Eco Label dan Green Product Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Air Minum Ades Di Jombang). *JIMEA (Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, Vol.5, No.3: 2817-2826.
- Putra, D. R., & Prasetyawati, Y. R. (2021). Pengaruh Green Product Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Green Advertising (Studi Terhadap Konsumen Starbucks). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.15, No.2: 69-74.
- Putri, Y. A. (2022). The Effect of Green Marketing Mix on Purchase Intention of Body Shop Products in Palembang City. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, Vol.7, No.2: 271-281.
- Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK ADES Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, Vol.4, No.1; 71-79.
- Rahmawati, A. A. (2021, Agustus 12). *Wow! Indonesia Negara Pemakan Mie Instan Terbanyak ke-2 di Dunia*. Dipetik September 13, 2022, dari Detikfood: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5678459/wow-indonesia-negara-pemakan-mie-instan-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Mason: South-Western CENAGE Learning.
- Siskhawati, L., & Maulana, H. A. (2021). The Influence Of Brand Ambassador And Korean Wave On Purchase Decision For Neo Coffee Products. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEBI)*, Vol.24, No.1: 1-7.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Sutisna, A. (2022). The Influence Of Green Advertising And Brand Image On Purchase Decisions And Their Impact On Customer Loyalty Chiyoda LED Lights (Case Study in Cisaranten Kidul Village). *Jurnal Ekonomi* , 159-167.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Triany, F. (2022, Juni 21). *7 Masalah Kesehatan yang Akan Timbul Bila Makan Mi Instan Tiap Hari*. Dipetik September 14, 2022, dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/4990717/7-masalah-kesehatan-yang-akan-timbul-bila-makan-mi-instan-tiap-hari>
- UMK, P.M. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: Prodi Manajemen FEB UMK
- Utama, A. (2021). The Influence of Consumer Knowledge and Green Advertising On The Decision To Use Plastic Bags. *ALMANA: Jurnal Manajemen dan Bisnis* , Vol.5, No.2: 271-277.
- Winarno, S. H. (2019). Pengaruh Penerapan Green Advertising dan Harga Premium Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* , Vol.16, No.1: 25-34.
- Wiwaha, R. P. (2022, Februari 23). *7 Top Brand Mie Instan Goreng Terlaris: Mie Viral Best Wok Masuk Top 3, Ungguli Lemonilo*. Dipetik September 13, 2022, dari Kompas: <https://kompas.co.id/article/mie-instan-goreng/>
- Wiwaha, R. P. (2022, Februari 18). *7 Top Brand Mie Instan Terlaris di Shopee dan Tokopedia: Indomie Merajai Penjualan Mie Instan !* Dipetik September 13, 2022, dari Kompas: <https://kompas.co.id/article/mie-instan-terlaris/>
- Yoel, D.A., Massie, J.D., & Tielung, M.V. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 136-145.