

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, M. Y. D. H. (2019). *Green Marketing - The context of Indonesia and Philipphines*. Lambert Academic Publishing, 114. [http://repository.unika.ac.id/22077/1/GM-Book with cover published\\_organized.pdf](http://repository.unika.ac.id/22077/1/GM-Book_with_cover_published_organized.pdf)
- Apriati, I. dwi, & Dr. Sulis riptiono. (2021). Pengaruh *green product, brand image* dan *custamer experience*, terhadap *custamer loyalty* melalui *custamer satisfaction* sebagai variabel intervening ( studi pada konsumen tupperwere dikabupaten kebumen). *Jurnal Hukum Dan Ilmu Sosial*, 1–4.
- Astuti, M. D., Astuti, M., & Sholihah, D. R. (2021). Pengaruh 4P *Green Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bloomka Skincare. *Prosiding Senapenmas*, 1311. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15204>
- Baihaqi, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Vania Store Hijab Tasikmalaya). *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 110.
- Basyir, H. H. (2020). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Freeya Coffee Kediri. [https://scholar.google.com/scholar?q=related:kd3mMC2pNwJ:scholar.google.com/&hl=id&as\\_sdt=0,5#d=gs\\_qabs&t=167886082](https://scholar.google.com/scholar?q=related:kd3mMC2pNwJ:scholar.google.com/&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=167886082) *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–150. [https://scholar.google.com/scholar?q=related:kd3mMC2pNwJ:scholar.google.com/&hl=id&as\\_sdt=0,5#d=gs\\_qabs&t=1678860822199&u=%23p%3Dkd3mMC2-pNwJ](https://scholar.google.com/scholar?q=related:kd3mMC2pNwJ:scholar.google.com/&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1678860822199&u=%23p%3Dkd3mMC2-pNwJ)
- Dahlstrom, R. (2019). *Green Marketing Managament*. South-Western CengageLearning.
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). *Green Product* dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda *Green Product and Young Consumers ' Purchasing Decisions*. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(28), 130–142. <https://doi.org/10.33059/jseb>.
- Dwi Lestari, R., Yulisetiari, D., & Sriono. (2018). Pengaruh *Green Product* , *Green Brand* , dan *Green Advertising* Terhadap Keputusan Membeli Air Minum Kemasan Botol Merek AQUA Di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 1–7. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/64329>
- Esmailpour, M., & Bahmiary, E. (2017). Investigating the impact of environmental attitude on the decision to purchase a green product with the mediating role of environmental concern and care for green products. *Management and*

*Marketing*, 12(2), 297–315. <https://doi.org/10.1515/mmcks-2017-0018>

- Fisamawati. (2019). *Cleo, Bidik Segmen Middle Up*. Marketing.Co.Id. <https://www.marketing.co.id/cleo-bidik-segmen-middle/>
- Fortuna, I. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) AQUA Di Kota Bandar Lampung) *SKRIPSI. Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–159.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24* (A. Tejkusumo (ed.); 7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Guspul, A. (2018). Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Herbalife (Studi Kasus Pada Club Sehatway Di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(1), 107–122. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i1.455>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2018). on Multivariate Data Analysis Joseph F. Hair Jr. William C. Black Eight Edition. In *International Journal of Multivariate Data Analysis* (Vol. 1, Issue 2).
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/ Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44.
- Harcahyo, R. B., Athanasius, S. S., & Kusdiartini, V. (2021). Pengaruh Green Product, Servicescape dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Berbasis Alam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi Dan Perpajakan (Jemap)*, 4(2), 236. <https://doi.org/10.24167/jemap.v4i2.3432>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Nur Hikmatul Auliya, G. C. B. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Husnu Abadi (ed.); Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Hidayah, M. R. S. W. (2022). Mediasi sikap konsumen pada pengaruh green product, green advertising, green brand trust terhadap keputusan pembelian produk makanan organik. *Jurnal MANOVA*, V(2), 46–62.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.

- Irwansyah, R. dk. (2021). *Perilaku Konsumen*.
- Kairani, I., & Pradekso, T. (2019). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Kosmetik Lokal (Pixy) di Semarang. *Ilmu Komunikasi*, 1(August), 15.
- Kevin, I. M. (2019). *Pengaruh Green Product, Green Price dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Green Product Lion Star di PT. Bank Capital Atrium Senen)*. 13.
- Khoiruman, & Purba, S. D. A. (2020). Pengaruh Green Product, Green Price, dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Essential Oil Di Rumah Atsiri Indonesia. *Journal Of Business And Management*, 7(1), 46–54. <https://e-journal.stie- aub.ac.id/index.php/kelola/article/view/645>
- Kotler, P. G. A. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Italy.
- Manongko, A. A. C. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. Yayasan Makaria Waya.
- Masturoh, L. M. (2018). 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(1), 1–14.
- Mauliza, P., Fauzi, P. D. A., & Rini, D. E. S. (2019). Pengaruh Green Product, Green Brand, Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 14(1), 89–97. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v14i1.533>
- Nadhifah, N. (2021). Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pt citra kreasi .... *Soetomo Business Review*, 2, 267–278.
- Pauzy, D. M., Gian Riksa Wibawa, & Arif. (2023). The Effect Of Price On Customers Satisfaction With Purchase Decision As An Intervening Variable On Shený's Kelom Products In The Tasikmalaya City. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 1–81.
- Sofiyana, M. S., Sukhoiri, Aswan, N., Munthe, B., W, L. A., Jannah, R., Juhara, S., SK, T., Laga, E. A., Sinaga, J. A. B., Suparman, A. R., Suaidah, I., Fitrisari, N., & Herman. (2022). Metodologi Penelitian Pendidikan. In M. P. Ariyanto (Ed.), *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Sofwan, H., & Wijayangka, C. (2021). the Effect of Green Product and Green Price on the Purchase Decision of Pijakbumi Products. *E-Proceeding of*

- Management*, 8(5), 6054– 6066.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (19th ed.). CV ALFABETA. <https://online.anyflip.com/utlqr/qtha/mobile/index.html>
- Suhaily, L. (2019). Pengaruh Green Product dan Green Advertising terhadap Kepuasan dan Loyalitas yang dimediasi oleh Keputusan Pembelian Machine Translated by Google. *Jurnal Internasional Penelitian Terapan Kontemporer*, 6(1), 44–57.
- Suparni, & Daryanto, T. (2021). Pengaruh Green Marketing, brand awareness, and price terhadap purchase intention Tupperware. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 1–10.
- Suroto, R. A. L. M. R. L. S. (2018). Store Environment Terhadap Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Pada the Body Shop Manado Town Square the Influence of Green Product , Serviceperson Customer Orientation , and Store Environment on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction. *Emba*, 6(4), 2978–2987.
- Susanti, A. V., Taufik, R., & Yam, J. H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Dengan Moderasi Promosi. *Jurnal Pemandhu*, 2(3), 365–375.
- Suwarno, B. (2018). Analisis Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Ekuitas Merek Dan Produk Berbasis Pelanggan Inovasi : Konsekuensi Untuk Air Conditioner Panasonic Di Medan. *Jurnal Internasional Sains, Teknologi Dan Manajemen*, 4(2), 605–620.
- Tanoko, H. (2021). Annual Report - Laporan Tahunan PT Sariguna Primatirta Tbk 2020. *PT Sariguna Primatirta*, 1(1), 1–214.
- Tineke Wolok. (2018). *Green Marketing : Pemasaran & Pembelian*.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- .2021. Pedoman Penyusunan Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Kudus. 1-53