

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Suryono, I., Alfian, A., & Sudaryatie, S. (2023). The Influence of Green Product, Green Marketing, and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Bottled Water. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1405–1415. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i3.223>
- Aini, Y. (2022). Dampak Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua: The Impact Of Green Product And Green Advertising On The Purchasing Decision Of Aqua Brand Mineral Water. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 599-609.
- Anggoro Wilis, R., & Faik, A. (2022). Effect of Digital Marketing, Influencer Marketing and Online Customer Review on Purchase Decision: A Case Study of Cake Shop “Lu’miere.” *Petra International Journal of Business Studies*, 5(2), 155–162. <https://doi.org/10.9744/ijbs.5.2.155-162>
- Anindya, F., & Indriastuti, H. (2023). The Rise of Viral Marketing and Brand Awareness. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 173–183. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR%0Ahttps://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Azalia, A., & Anisa, F. (2021). Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Tupperware di Magelang). *Borobudur Management Review*, 1(2), 126–140. <https://doi.org/10.31603/bmar.v1i2.5868>
- Darwin, M., Mamondol, M.R. and Sormin, S.A. 2021. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Bandung: CV Media Sains Indonesia. www.penerbit.medsan.co.id.
- Databoks. (2022). Jenis Minuman Kemasan Favorit Masyarakat 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/05/6-aneka-minuman-rasa-dalam-kemasan-favorit-masyarakat-indonesia-mana-favoritmu>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. *Prosiding SENAPENMAS*, 346(2), 1209. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15157>
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, vol. 5 No.(september), 5–299.
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, Lingkungan Dan Pembelian Green Product Pada Konsumen Generasi Z. *Iqtishoduna*,

15(2), 1–13.

- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodstats. (2023). Minuman Teh Kemasan Favorit Masyarakat Tahun 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/minuman-teh-kemasan-favorit-masyarakat-saat-berbuka-S8ABA>
- Gumilang, P. B., Listyorini, S., & Ngatno, N. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420–432. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34919>
- Hakim, M. L., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Nilai Emosional Terhadap Niat Beli Produk Virtual Skin Pada Game Mobile Legends : Bang Bang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 1–11.
- 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 & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>
- Hardianti, A. R., Laksono, S. S. M., & Daroini, A. (2024). *Effectiveness of Green Brand, Green Advertising, and Green Products on Consumer Purchase Decisions on Avoskin Hydrating Treatment Essence in Yogyakarta*. Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-204-0_40
- Hezron, Lady V, Fanggidae, R. P. C., Dhae, Y. K. I. D. D., & Paulina, Y. (2019). Pengaruh Green Product dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Kotak Di Kota Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 261–273.
- Katiandagho, N. J., & Syarif Hidayatullah. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen*, 9(1), 13–27. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.5886>
- Kholik, A., Maulida, S., Dadan Suganda, A., & Musfirowati Hanika, I. (2020). Perilaku Konsumen. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 11–28.
- Kotler, dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13,. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.

- Oktaviani dan Rodhiah. (2021). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Produk Love Beauty And Planet Di Jakarta. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.
- Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 59–69. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33406>
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>
- Rahimah, A., Tanzil, R., & Hikmah, M. (2022). Peran Green Advertising terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 104–120. <https://doi.org/10.31842/jurnalinoibis.v6i1.262>
- Ridwan, M., Achmad, F. D. H., dan Aniesa, S. B. (2018). Pengaruh Green Product, Green Advertising dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 55 (1) : 80-90
- Sholihah, N., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Online Consumer Review Influencer Tiktok dan Label Halal terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 2412–2431.
- Sudirman, A. H., Sartika, D., Anindita, M., & Anshari, R. (2023). *Research in Business & Social Science The effect of brand image and product knowledge on purchase intentions with e-WOM as a mediator variable*. 12(1), 80–89.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sukma P, F. R., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk, dan Brand Image Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 33–42. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.433>
- Teh kotak. (2023). *Hanya Yang Terbaik Ada di Dalam Kotak*. <https://tehkotak.com/website/about-us/>
- Top Brand Award. (2024). Top Brand Index Teh Dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2024. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=teh

- Ultrajaya. (2014). *Journalist Camp & Launching Kemasan FSC*.
<https://www.ultrajaya.co.id/news-det/a/24>
- Wardah, F., & Albari. (2023). Analisis Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(3), 188–205.
<https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/30137>
- Winarno, S. heri. (2019). Pengaruh Penerapan Green Advertising Dan Harga Premium Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 25–34. <https://doi.org/10.31849/jieb.v16i1.2204>
- Yulfita Aini, & Sulastris. (2022). Dampak Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 599–609.
<https://doi.org/10.30606/hirarki.v4i1.1478>
- . 2023. *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muria Kudus. Hal. 1-53