

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. F.;& Utama, A. (2018). Pengaruh Green Product dan Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Pembelian yang DImediasi Oleh Minat Beli. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 81-90.
- Agustini, D. (2019). *Green Marketing : The Context of Indonesia and Philippines*. Mauritius: LAP Lambert Academic Publishing.
- Andi, S.;Jam'an;& Alamsyah. (2017). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada SNVT Pelaksanaan Jaringan Pemanfaatan Air Pompengan Jeneberang Sul-Sel. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Cooper, D. R.;& Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. New York: The MCGraw-Hill/Irwin.
- Durif, F.;Boivin, C.;& Julien, C. (2010). In Search of a Green Product Definition. *Innovative Marketing*.
- Ekawati, R. (2013). ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA BLACKBERRY MELALUI ATRIBUT PRODUK.
- Fatimah, S.;& Chrismardani, Y. (2022). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Sephora (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 36-43.
- Fatmaningrum, S. R.;Susanto;& Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Imiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* .
- Freddy, R. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan, A. A. (2016). Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*.

- Hestanto. (2017). *Keputusan Pembelian*. Noudettu osoitteesta Hestanto Personal Website: <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>
- Kasali, R. (2005). *Membidik Pasar Indonesia (Segmentasi, Targeting, Positioning)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Noudettu osoitteesta Google Buku: https://books.google.co.id/books?id=3UJ4c_dskHEC&lpg=PR4&hl=id&pg=PA70#v=onepage&q&f=false
- Kasali, R. (2005). *Sembilan Fenomena Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khoiruman, M.;& Purba, 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*, 46-54.
- Khotimah, K.;& Arifin, A. L. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Citra Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Tupperwere Tanjung Priok). *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Kotler, P. (2004). *Marketing Management Millenium Edition*. PEARSON CUSTOM PUBLISHING.
- Kotler, P.;& Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P.;& Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- M. R. (30. Mei 2020). *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*. Noudettu osoitteesta KAJIANPUSUTAKA.COM: [https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html#:~:text=Menurut%20Peter%20dan%20Olson%20\(2000,membeli%20atau%20tidak%20terhadap%20produk](https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html#:~:text=Menurut%20Peter%20dan%20Olson%20(2000,membeli%20atau%20tidak%20terhadap%20produk).
- Makatumpias, D.; Moniharapon, S.;& Tawas, H. (2018). Pengaruh Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA*, 4063 – 4072.

- Mauliza, P. (2020). Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Brand terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di SMPN Beureunuen. *Jurnal Ilmiah Simantek*.
- Nelly;Rahmi;Syamsuddin, N.;Ikhbar, S.;& Nawir, M. (2021). Pengaruh Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Minum Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Sosiohumaniora Kodepena*, 142 - 293.
- Nurrahman, I.;& Utama, R. H. (2016). Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management and Enterpreneurship Education*, 59.
- Ottman, J. A.;Stafford, E. R.;& Hartman, C. L. (2006). *Avoiding Green Marketing Myopia : Ways to Improve Customer Appeal for*. Heldref Publication.
- Qhomemart, E. (3. November 2022). *Mengenal Lampu LED, Kelebihan dan Kekurangannya*. Noudettu osoitteesta QHOMEMART: <https://www.qhomemart.com/blog/mengenal-lampu-led/>
- Riadi, M. (9. April 2021). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. Noudettu osoitteesta KAJIANPUSTAKA.COM: <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>
- Sekaran, U.;& Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach*. Chichester: Wiley.
- Setyawati, K. E. (2018). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO. *Jurnal Ekonomi*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Thomson;& Ginting, L. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian.
- , F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Top Brand Award* . (2020). Noudettu osoitteesta Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/lampu-hemat-energi-fase-2-2020/>

Widjaja, A. E.;& Indrawati, L. (2018). PENGARUH LOKASI, HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN OJEK ONLINE. *Jurnal Bisnis Terapan*, 169 - 178.

Wiwoho, G. (2015). Pengaruh Green Product, Green Brand, dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Bisnis*, 89-97.

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa . *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.

