

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. D., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 22(2)*, 1–10. <https://media.neliti.com/media/publications/85919-ID-pengaruh-green-marketing-terhadap-minat.pdf>
- Agustini, M. H., Athanasius, S. S., & Retnawati, B. B. (2019). Identification of green marketing strategies: Perspective of a developing country. *Innovative Marketing, 15(4)*, 42–56. [https://doi.org/10.21511/im.15\(4\).2019.04](https://doi.org/10.21511/im.15(4).2019.04)
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis, 10(1)*, 25–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v10.i1.25-31>
- Anna, L. K. (2021). *Era Keterbukaan dan Sains Hijau dalam Industri Kecantikan. Lifestyle.Kompas.Com*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/03/08/185444120/era-keterbukaan-dan-sains-hijau-dalam-industri-kecantikan?page=all>
- Bunbaban, Y. S. (2022). *Evaluasi Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan dengan Menggunakan Model CIPP*. 54–103. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/27742>
- Dama, B. (2020). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, uji t, uji F, R2)*. Books.Google.Co.Id. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=acpLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas&ots=IYq-UUim_0&sig=VD8gl4xtUwCoiN_89_yNslWEY6g&redir_esc=y#v=onepage&q=uji+validitas+dan+reliabilitas&f=false
- Eliasari, P. R. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intension. *Universitas Udayana, 6(12)*, 6620–6644. <https://media.neliti.com/media/publications/248810-pengaruh-brand-awareness-terhadap-purcha-33b8852e.pdf>
- Hayati, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada Sova Kopi [UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA MEDAN]. In *SOSEK: Jurnal Sosial dan ...* (Vol. 3, Issue 2). <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/19262>
- Intana, L. (2013). *Tren Konsumen The Body Shop di Indonesia Bergeser*. Swa.Co.Id. <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/tren-konsumen-the-body-shop-di-indonesia-bergeser#:~:text=Di Indonesia sendiri konsumen loyal,berusia antara 25-35 tahun>
- Isabella, M. (2016). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Private Label “INDOMARET” Melalui Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Salatiga)* [UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA]. https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/21218/2/T1_212012122_Full text.pdf
- Karundeng, N., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan

- Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 83.
<https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23566.83-90>
- Kopp, C. M. (2022). *What Is Brand Awareness? Definition, How It Works, and Strategies*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp>
- Kumalasari, P. (2013). Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Brand Equity dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen. *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, 1–85.
<https://core.ac.uk/download/pdf/13653443.pdf>
- Lestari, R. B., & Kardinal. (2018). Minat Beli Produk Hijau pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 9(2), 117–124.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jiegmk.v9i2.542>
- Maharani, S., & Bernard, M. (2018). Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 1(5), 819. <https://doi.org/10.22460/jpmi.v1i5.p819-826>
- Mauludi, F. (2021). Strategi Green Marketing Mix Dalam Meningkatkan Citra Merek Pijakbumi Dan Loyalitas Pelanggan Milenial [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH]. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58605%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58605/1/FACHMI MAULUDI-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58605%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58605/1/FACHMI%20MAULUDI-FEB.pdf)
- Meiryani. (2021a). *Memahami Analisis Regresi Linear Berganda*. Binus.
[https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/#:~:text=Regresi linear berganda merupakan model,dependen \(Ghozali%2C 2018\).](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/#:~:text=Regresi linear berganda merupakan model,dependen (Ghozali%2C 2018).)
- Meiryani. (2021b). *MEMAHAMI KOEFISIEN DETERMINASI DALAM REGRESI LINEAR*. Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Meiryani. (2021c). *MEMAHAMI UJI F (UJI SIMULTAN) DALAM REGRESI LINEAR*. Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>
- Meiryani. (2021d). *MEMAHAMI UJI t DALAM REGRESI LINEAR*. Binus.Ac.Id.
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>
- Muslimin, U. (2021). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Amsir Management Journal*, 1(2), 81–92. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>
- Novianty, A., Harahap, D. A., & Rohandi, M. M. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Buying Decision dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2), 873–880.
<https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.2596>
- Parhusip, A. A., & Lubis, N. I. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Tokopedia). *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 5(2), 77–88. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v5i2.748>
- Peronika, N., Junaidi, J., & Maryadi, Y. (2020). Pengaruh brand image terhadap minat beli

produk kosmetika Wardah di kota Pagar Alam (Studi pada masyarakat pengguna kosmetika Wardah di Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 83–93. <https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/STIE-JE/article/view/93>

- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 34(1), 138–147. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10837>
- Qotrun. (2018). *Objek Penelitian: Pengertian, Macam, Prinsip, dan Cara Menentukannya*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/literasi/objek-penelitian>
- 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*, 4(1), 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i1.1893>
- Riadi, M. (2018). *Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli*. Kajian Pustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Santiyasa, W. (2016). Modul Kuliah Pengujian Hipotesis. *Universitas Udayana: FMIPA*, hal: 2-6.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Saroh, S. M. (2023). *Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli Sebagai Mediasi (Pada Produk Mie Instan Lemonilo)*. 147(March), 11–40. <http://repository.stimykpn.ac.id/441/>
- Setyaningrum, A., & Madiawati, P. N. (2017). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image Produk Lampu LED Philips Di Kota Bandung*. 1(2), 1–23. <https://doi.org/10.22236/agragat>
- Siahaan, H. D., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung). *E-Proceeding of Management*, 3(1), 497–505. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3193>
- Sukma. Susanto. Hatmanti. (2021). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Mahasiswi FE UST Konsumen KFC). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 33–42.

<https://tesniaga.stiekesatuan.ac.id/index.php/jimkes/article/view/433>

Susanti, N. P. H., & Wardana, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Produk Kosmetik Hijau Merek The Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 622–636.

<https://www.neliti.com/id/publications/253514/pengaruh-kualitas-produk-dan-citra-merek-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-pelangg>

Triana, M., & Sulhaini. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Value Perception Dan Minat Beli Konsumen The Body Shop Di Kota Mataram. *Magister Manajemen Universitas Mataram*, 8(2), 115–129.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29303/jmm.v8i2.429>

Utami, D., & Widayat, P. D. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Bumbu Penyedap Di PT . X. *Ejournal Upm*, 8(1), 8–12.

<https://ejournal.upm.ac.id/index.php/energy/article/view/110>

Zaky, M. H., & Purnami, N. M. (2020). Green Marketing Mix Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Big Tree Farms Di Lotus Food Services. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 678.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p14>

