

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, M. Y. D. H. (2019). *Green Marketing - The Context of Indonesia and Philipphines*. Lap Lambert Academic Publishing.
- Anefi Hajar, D., Rahmi Hg, I., & Yanuar, F. (2020). Model Non Rekursif Dalam Analisis Jalur. *Jurnal Matematika Unand*, 9(1), 8. <https://doi.org/10.25077/jmu.9.1.8-14.2020>
- Apriliani, T., & Aqmala, D. (2021). Pengaruh Green Brand Image, Green Perceived Value, Green Awareness Dan Green Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 66–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jaem.v1i1.141>
- Ardiana, I. N., & Rafida, V. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli *Skincare* Avoskin (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(3), 253–261.
- Augtiah, I., Susila, I., & Wiyadi. (2022). Pengaruh green product, green advertising, dan green brand image terhadap keputusan pembelian dengan consumer attitude sebagai variabel mediasi. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/benefit.v7i2.1486>
- Azaria, P. A., & Utami, N. H. (2022). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Zorlien Led Yang Dimoderasikan Teknologi Internet (Studi Pada Mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Jesya*, 5(2), 2633–2646. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.863>
- Aziz, M. L., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Green Marketing, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Body Shop. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.326>
- Braga Junior, S. S., Silva, D. Da, D. S. Gabriel, M. L., & De Oliveira Braga, W. R. (2018). The Influence of Environmental Concern and Purchase Intent in Buying Green Products. *Asian Journal of Behavioural Studies*, 3(12), 183. <https://doi.org/10.21834/ajbes.v3i12.134>
- Bright, D. S., H. Cortes, A., & Hartmann, E. (2019). *Principles of Management*. Texas: Opestatx.
- Burhanudin, & Indriyani, A. R. A. (2022). Sikap Konsumen Terhadap Tabungan Sutura Bank Bpd Diy. *Cakrawala Management Business Journal*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30862/cm-bj.v5i2.184>

- Darpito, S. H. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Green Perceived Risk terhadap Intention to Buy yang dimediasi Green Trust (Studi Kasus Pengguna *Skincare Dear Me Beauty*). *Jurnal Ilmiah Manajemen Organisasi*, 10(5), 246. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1775>
- Dewi, M. K., & Rahadhini, M. D. (2023). Efek Moderasi Kepuasan Konsumen pada Pengaruh green marketing terhadap minat beli *skincare scarlet* di kota Palembang. *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 13(1), 304–315. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/unisri.v6i4.30923>
- Dewindaru, D., Syukri, A., Maryono, R. A., & Yunus, U. (2022). Millennial customer response on social-media marketing effort, brand image, and brand awareness of a conventional bank in Indonesia. *Linguistics and Culture Review*, 6, 397–412. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6ns1.2068>
- Dimilna, R., Nengsih, T. A., & Ningsih, P. A. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk *Skincare Emina*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(2), 21–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.58784/jmbe.52>
- Elian Tania, A., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publik*, IX(I). <https://doi.org/https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbing. *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1). <https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist>
- Fadilla, N., & Prunama, I. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Produk Dear Me Beauty. *Journal Of Student Research*, 1(5), 476–488. <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/josr.v2i1.903>
- Fadilla, N., & Purnama, I. (2023). Pengaruh Sikap dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Toko Dillaaa. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 476–488. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>
- Falaha Rahmatia, Az Zahra Rusin, Pratama, K., Ardianto, E., & Ali, A. (2020). Pengaruh Green Marketing terhadap Green Trust, Green Purchase Intention, dan Intention to Buy pada Produk Green Cosmetics di Indonesia, Studi Kasus: Sensatia Botanicals. *Kajian Branding Indonesia*, 2(4), 140–170. <https://doi.org/10.21632/kbi.1.1.140-170>
- Firmansyah, D., Pasim Sukabumi, S., & Al Fath Sukabumi, S. (n.d.). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature

Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
<https://doi.org/10.55927>

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Deepublish Publisher).

Fitri, R. N. (2020). Pengaruh green marketing dan brand awareness terhadap sikap konsumen yang dimoderasi perceived qualit: Studi pada konsumen *skincare* COSRX di Malang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 4(1), 43–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.56869/jmec.v2i2.509>

Folia, A. D., & Yulianti, R. A. (2023). Analisis Sikap dan Minat Beli Konsumen terhadap Produk Fashion dengan Menggunakan Brand Image Merek Lokal dan Impor. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.50>

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*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>

Hendra, Yanti, R., Nuvriasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Setiawan, Z., Susanto, D., Harsoyo, T. D., & Syarif, R. (2023). *Green Marketing for Business (Konsep, Strategi & Penerapan Pemasaran Hijau Perusahaan berbagai Sektor)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Heri Mahyuzar, & Tundo, T. (2022). Pengaruh E-Wom Dalam Memediasi Hubungan Antara Digital Marketing Activities Dan Intention To Buy Di Tokopedia. *Journal of Digital Business and Management*, 1(2), 104–113. <https://doi.org/10.32639/jdbm.v1i2.182>

Hernizar, A. T., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Green Brand Awareness Terhadap Intention to Buy. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(2), 195. <https://doi.org/10.24843/EEB.2020.v09.i03.p03>

Hidayah, M. R., & Sugandini, D. (2022). Mediasi sikap konsumen pada pengaruh green marketing, green advertising, green brand trust terhadap minat pembelian produk *skincare* Wardah. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 5(2), 46–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.841>

Hidayah, M. R., Sugandini, D., & Wisnalmawati. (2022a). Mediasi Sikap Konsumen Pada Pengaruh Green Marketing, Green Advertising, Green Brand Trust Terhadap Minat Beli Kosmetik Mop Beauty. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 46–62. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.841>

- Hidayah, M. R., Sugandini, D., & Wisnalmawati. (2022b). Mediasi Sikap Konsumen pada Pengaruh Green Product, Green Advertising, Green Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 46–62. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.841>
- Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Green Brand Knowledge terhadap Intention to Buy Melalui Consumer Attitude Pada kosmetik MOP Beauty. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (Jmo)*, 8(1), 223. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i1.44626>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Irawan, T., Pramudya, A. H., & Manafe, L. A. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Skincare* Emina. *Media Mahardhika*, 19(3), 523–533. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.275>
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Istichomah, E. (2019). *Peran Sikap Pada Pengaruh Kepedulian Lingkungan Dan Motivasi Sosial Terhadap Pembelian Produk Hijau*.
- Juanim. (2020). *Analiis Jalur dalam Riset Pemasaran : Pengolahan Data SPSS dan LISRAEL* (1st ed.). PT. Refika Aditama.
- Karlina, G., & Setyorini, R. (2021). Pengaruh Green Marketing terhadap Intention To Buy dengan Sikap Konsumen sebagai Mediator. *Management & Accounting Expose*, 1(2), 56–65. <https://doi.org/10.36441/mae.v1i2.90>
- Kau, M., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Faktor Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Dan Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.15041>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management 16th Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, R., & Iriani, F. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen: Systematic literature reviews. *Al-Mikraj Jurnal Studi Islam*

Dan Humaniora , 4(1), 304–315.
<https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3592>

Kusumawati, E. (2019). Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi Green Advertising. *Jurnal Kajian Ilmiah* , 19(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3592>

Lailatul Riha, I., Kecvara Pritasari, O., Dwiyantri, S., Studi Pendidikan Tata Rias, P., & Kesejahteraan Keluarga, P. (2021). Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa Smk Pariwisata Terhadap Produk Kosmetik *Skincare* Antara Produk Lokal Di Surabaya Dan Produk Luar Negeri ((Korea). *E-Jurnal*, 10(3), 181–190.

Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampius: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 34–42.

Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>

Mada, A. La, Hidayanti, I., & Yusuf, I. S. H. (2021). Efek Green Perceived Value Dan Risk Terhadap Green Repurchase Intention: Green Trust Sebagai Pemeditasi Pada Pengguna Peralite Di Kota Ternate. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* , 04(03).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.187>

Mahanum. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY : Journal Of Education* , 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20>

Manongko, A. A. C. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. Yayasan Makaria waya.

Meilani, K. (2017). *Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Gula Tropicana Slim Di Bandar Lampung*. Institut Informatika Dan Bisnis Iib Darmajaya Bandar Lampung.

Mohamad, R., & Rahim, E. (2022). Faktor Determinan Trust, Attitude dan Perceived Consumer Effectiveness terhadap Purchase Intention pada Green Fast Fashion di Indonesia. *Jurnal Syntax Admiration*, 3(11), 1425–1435.
<https://doi.org/10.46799/jsa.v3i11.498>

Mubarok, F. H. R., & Sholahuddin, M. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Pembelian Ms Glow For Men di Surakarta Dengan Ewom Sebagai Variabel Mediasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(2), 461–472. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1063>

- Mubarok, M. M. (2018). The effect of brand image and consumer attitudes on the decision to purchase Batik Jetis Sidoarjo mediated by intent to buy. *Journal of Economics*, 21(1), 105–116. <https://doi.org/10.14414/jebav.1134>
- Nasution, S., Salqura, S. A., Catur, H., & Hasman, P. (2023). Peran Green Marketing, Green Brand Image Terhadap Intention To Buy Dengan Consumer Attitude Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 4(5), 41–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.433>
- Noviani, D., Mustafyanti, Zaimuddin, Aidah, & Hilmin. (2023). Sosialisasi Urgensi Pendidikan Karakter Terhadap Remaja Millennial Generasi Z di Era Society 5.0. *ADM: Jurnal Abdi Dosen Dan Mahasiswa*, 1(2), 119–124. <https://doi.org/https://doi.org/10.61930/jurnaladm.v1i2.208>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & B. Beribe, M. F. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nuraisyah, W., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Avoskin Di Malang). *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 131–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i5.1084>
- Nurdin, S., & Aprilia, A. (2024). Pengaruh Product Awareness, Product Berlabel Cruelty-Free No Animal Testing Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 35. <https://doi.org/https://doi.org/10.51977/jsm.v6i1.1594>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonoi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Ogiemwonyi, O., & Harun, A. Bin. (2020). Green product awareness has the potential to promote green consumer behaviour: Evidence from Kuala-Lumpur. *Israel Journal of Ecology and Evolution*, 67(1–2), 39–50. <https://doi.org/10.1163/22244662-bja10010>
- Patma, T. S., Maskan, M., & Mulyadi, K. (2019). *Pengantar Manajemen*. Polnema Press.
- Putri, A. A., KM, M. R., & Adriansah, adriansah. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Chanyeol EXO Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Nacif Pada Komunitas EXO-L Purwakarta. *International Conference on Islamic Studies (ICoIS)*, 3(1), 303–313.

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).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i1.1893>

Rahman, M. S. (2019). Aplikasi Rekapitulasi Kuesioner Hasil Proses Belajar Mengajar Pada Stmik Indonesia Banjarmasin Menggunakan Java. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 10(3), 165.
<https://doi.org/10.31602/tji.v10i3.2231>

Rahmasari, R., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Green Product Awareness, Social Influence, Perceived Benefit, dan Attitude Towards Green Appliances terhadap Green Purchase Intention pada Coffee Shop di Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13668>

Ramadanti, D., & Hartono. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Produk Fast-Food Di Counter Hotfood Lulu Hypermarket Cakung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 126–133. <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/jambis.v2i1.2467>

Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>

Rathore, P., Saha, E., Chakraborty, S., & Tiwari, A. K. (2023). Assessing impact of consumer perceived CSR on consumer attitude and purchase behaviour in retail segment: a stakeholder theory perspective. *Society and Business Review*, 18(2), 264–295. <https://doi.org/10.1108/SBR-10-2021-0207>

Reynaldi, A. (2019). *Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli melalui Brand Image sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Brawijaya Malang.

Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2017). “THE BODY SHOP” DI KOTA DENPASAR. *Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137–166.

Ritonga, M., Irawan, & Fikri, M. El. (2018). Faktor Manajemen Biaya Dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan Melalui Intensitas Produksi Pada Ukm Industri Rumahan Di Kota Binjai. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2).

- Romli, N. A., Safitri, D., & Yustitia, P. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Hijau Dalam Pemberdayaan Kewirausahaan Masyarakat Mat Peci. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3). <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3>
- Royne, M. B., Thieme, J., Levy, M., Oakley, J., & Alderson, L. (2016). From Thinking Green To Buying Green: Consumer Motivation Makes The Difference. *Journal of Business Strategy*, 37(3), 37–43.
- Sahioun, A., Bataineh, A. Q., Abu-AlSondos, I. A., & Haddad, H. (2023a). The impact of green marketing on consumers' attitudes: A moderating role of green product awareness. *Innovative Marketing*, 19(3), 237–253. [https://doi.org/10.21511/im.19\(3\).2023.20](https://doi.org/10.21511/im.19(3).2023.20)
- Sahioun, A., Bataineh, A. Q., Abu-AlSondos, I. A., & Haddad, H. (2023b). The impact of green marketing on consumers' attitudes: A moderating role of green product awareness. *Innovative Marketing*, 19(3), 237–253. [https://doi.org/10.21511/im.19\(3\).2023.20](https://doi.org/10.21511/im.19(3).2023.20)
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap intention to buy Produk Viva Cosmetic. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Salsabila, S. (2023). Pengaruh Green Marketing, Label Halal Dan Harga Terhadap Sikap Konsumen Melalui Brand Image Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada *Skincare* Avoskin di Semarang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 4(6), 151–161. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/jema.v2i5.1084>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumers Behavior, Twelfth Edition*. Pearson Education, Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian Untuk Bisnis II: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.371>
- Setiawan, R. A., & Patrikha, F. D. (2020). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v8n1.p%25p>
- Sharma, M., & Trivedi, P. (2018). Various Green Marketing Variables and Their Effects on Consumers" Buying Behaviour for Green Products. *International*

Journal of Latest Technology in Engineering, Management & Applied Science (IJLTEMAS), 5(1).

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sukma P, F. R., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian *Skincare* Scarlet di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 33–42.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.433>
- Sulistiono, K. D. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89–96.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>
- Tanjung, R., Supriani, Y., Mayasari, A., & Arifudin, O. (2022). Manajemen Mutu Dalam Penyelenggaraan Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 6(1), 29.
<https://doi.org/10.32529/glasser.v6i1.1481>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1).
- Xaverius Bambang Triatmoko, F. (2020). *Pengaruh Endorsement Melalui Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Objek Brand Erigo)*. STIE Malangkucecwara.