

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., Nujiyatillah, S., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., & Raya, J. (n.d.). *LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Alawiyah Widi. (2024). *Pengaruh Green Marketing dan Green Product Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening*.
- Aldi, R., Peter S, J., & Kristaung, R. (n.d.). *Pengaruh Karakteristik Konsumen, Green Product, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Anin Nain, A., Sedayu, A., Taufan Hariyadi, G., Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, P., & Dian Nuswantoro, U. (n.d.). *Pengaruh Brand Image, Brand Luxury, Harga, Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Samsung Z Flip 5 Di Kota Semarang*.
- Anita Kartika Sari, & Tri Wahjoedi. (2022). The influence of brand image and brand awareness on purchasing decisions is moderated by brand ambassador. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 16(3), 947–957. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2022.16.3.1462>
- 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 (JPTN)*, 11.
- Avoskin Kecantikan. (2025). Avoskin dan Waste4Change: Komitmen terhadap kemasan berkelanjutan. Diperoleh [16 Agustus 2025], dari <https://blog.avoskinbeauty.com/avoskin-dan-waste4change-2>
- Ayu Putri Lestari, Titin Agustin Nengsih, & Neneng Sudharyati. (2023). Pengaruh *Green Product* Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Keds Beauty Masyarakat Muslim Kota Jambi. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(3), 45–60. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.331>
- Bisnis, H. I., & Multimedia, D. (2022). Marketing Strategy Through Celebrity Endorsements and Influencer Marketing. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(2), 865–876. <https://journal.y3a.org/index.php/mudima/index>
- Budiyanto, A., Pamungkas, I. B., & Praditya, A. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN: ANALISIS BIBLIOMETRIK. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(2), 133–142. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Catur Putera Hasman, H., Megawati Lubis, S., Alhamra Salqaura, S., & Rizca Amelia, W. (2024). *PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN PRICE TERHADAP*

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WIKSTEA PADA MAHASISWA FAKULTAS KEHUTANAN UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. 8(1).

- Citra, P., Produk, K., Minat, T., Ulang, B., Produk, P., Sidoarjo, M. Di, Rachmawati, D., Yulianto, R., Pebrianggara, A., & Sidoarjo, U. M. (2024). The Influence of Brand Image, Promotion and Product Quality on Repurchase Interest in Mixue Products in Sidoarjo. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Denisa, D. A., Inmtizal, S., & Yusuf, R. (2024). Pengaruh Branding Influencer terhadap Brand Image pada Astiga Leather di Kabupaten Garut. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)*, 2(1), 86–95. <https://doi.org/10.56855/analysis.v2i1.910>
- Diah Rahmadani, Rizky Eka Febriansah, Mochamad Rizal Yulianto, & Alshaf Pebrianggara. (2024). Pengaruh Content Marketing, Celebrity Endorsement, dan e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo). *Jurnal Darma Agung*, 32, 77–91.
- Dr. H Juanim, S. E. , M. S. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL* (Risa Trisnadewi, Ed.). PT Refika Aditama.
- Dr. Luhgianto. (2024). *PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Dwi Cahyono, T., Digital, P., Mahasiswa, P., Keputusan, P., & Komunikasi, S. (2022). *Review Literatur Akademik tentang Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Digital terhadap pilihan Mahasiswa Kata kunci*. <http://jiip.stkipyapisdompau.ac.id>
- Fandy Tjiptono, & Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). Andi.
- Haikal, F. (2025). Peran Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3.
- Hikmah, N., Savitri, C., & Faddila, SP (2024). Pengaruh Brand Ambassador Refal Hady dan Viral Marketing pada akun TikTok @Avoskinbeauty terhadap keputusan pembelian skincare Avoskin . *Jurnal Studi Manajemen dan Kewirausahaan*, 5 (2), 6395–6408. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5018>
- Huda, M. (2024). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN SOSIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE* (Vol. 28, Issue 9).
- Iqbal, A. I., Iqbal, M. S., Athar, A., & Khan, S. A. (2023). Impact of Green Marketing on Consumer Purchase Intention: The Moderating Role of Environmental Knowledge. *Journal of Social & Organizational Matters*, 2(2), 43–58. <https://doi.org/10.56976/jsom.v2i2.25>
- Komang, N., Handayani, A. T., Putu, N., Anggraini, N., Pande,), & Ribek, K. (n.d.). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN PRODUK FURNITURE KAYU JATI BALI RAHAYU (STUDI PENELITIAN UD BALI RAHAYU BADUNG)*.

- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- \lfj, P. J. \ae·rj \, & Bandung. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. www.cvalfabeta.com
- Made Hariyoga, I., & Gusti Ngurah Putra Suryanata, I. (2021). INSTASTORY PERILAKU KONSUMEN DI ERA NEW NORMAL. *Bisnis: Performa*, 18(2). <https://doi.org/10.29313/performa.v17i1.8067>
- Majeed, M. U., Aslam, S., Murtaza, S. A., Attila, S., & Molnár, E. (2022). Green Marketing Approaches and Their Impact on Green Purchase Intentions: Mediating Role of Green Brand Image and Consumer Beliefs towards the Environment. *Sustainability (Switzerland)*, 14(18). <https://doi.org/10.3390/su141811703>
- Mar'atusholihah, G., & Setiawan, D. (2024). *Pengaruh Citra Merek dan Green Perceived Risk Terhadap Minat Beli Produk Avoskin pada Muslimah Jabodetabek*. 1(2), 3032–7253. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.756>
- Mardius, P. R., Sulastri, S., Shihab, M. S., & Yuliani, Y. (2023). Eco-label, kepedulian lingkungan, dan perilaku pembelian hijau: Sebuah sudut pandang Generasi Z tentang semen ramah lingkungan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22(2), 193–202. <https://doi.org/10.28932/jmm.v22i2.6363>
- Marsha Putri, S. (n.d.). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9*.
- Moch Altuf Egan Nugroho, & Ambardi Ambardi. (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk CLEO Studi Kasus Konsumen CLEO di Tangerang. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*, 1(3), 69–79. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i3.313>
- Mubarok, R. (n.d.). *PENGARUH GREEN MARKETING DAN KESADARAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK AQUA DI SUKABUMI*. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Muli, C. M., Machmud, R., Abdussamad, Z. K., Pakaya, S. I., & Ismail, Y. L. (2024). Pengaruh *Green Product* Dan Green Brand Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Produk Tupperware Di Kota Gorontalo). *JAMBURA*, 6(3). <https://www.topbrand->
- Nurtjahjadi, E., & Budianti, F. (2023). Pengaruh *Green Product* dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Tupperware. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(3), 195–207. <https://doi.org/10.35912/jakman.v4i3.1888>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., Hadibrata, B., Penulis, K., Fajar, :, & Nuryani, T. (2022). *KORELASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Nyoman Anjali Seruni, N., Mas Suryaniadi, S., Indah Kusuma Dewi, N., & Negeri Bali, P. (2024). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP MINAT*

PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN BRAND AZARINE PADA GENERAS I Z : STUDI KASUS KABUPATEN BADUNG. 8(3).

- Ogiemwonyi, O., Alam, M. N., Alshareef, R., Alsolamy, M., Azizan, N. A., & Mat, N. (2023). Environmental factors affecting green purchase behaviors of the consumers: Mediating role of environmental attitude. *Cleaner Environmental Systems*, 10. <https://doi.org/10.1016/j.cesys.2023.100130>
- Pemasaran, S., & Digital, E. (n.d.). *BAURAN PEMASARAN*.
- P.P. Ghosh. (2021). *Principles and Practices of Management*. Laxmi.
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. L., & Fanggidae, R. P. C. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI UNIVERSITAS NUSA CENDANA). *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 49–64. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2318>
- Samsudin, A., & Hotimah, R. A. D. N. H. (2024). The Influence of Green Product, Green Marketing, and Green Brand Image Towards Green Purchase Intention on Sensatia Botanicals Products in Surabaya. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(2), 241–260. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i2.8238>
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (n.d.). ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Soleh Mauludin, M., Perilaku Konsumen Dalam, A., Dewa Saputra, A., Zulfika Sari, A., Munawaroh, I., & Pramesti Regita, E. (n.d.). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Sudaryono. (2022). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi.
- Wardhana, A. (n.d.-a). *MINAT BELI KONSUMEN*. <https://www.researchgate.net/publication/383464516>
- Wardhana, A. (n.d.-b). *SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY-EDISI INDONESIA PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA*.
- webadmin,+6.+Rina.doc. (n.d.).
- Yuliana, R. (2022). *Analisis Green Product, Green Marketing, Dan Green Knowledge Di Kota Semarang. 06*.