

DAFTAR PUSTAKA

- Albrecht, M. G., Green, M., & Hoffman, L. (2023). *Principles of Marketing*. Openstax
- Alifa, R. N., Saputri, M. E., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2022). *Impact Of Influencer Marketing And Omni-Channel Strategies On Consumer Purchase Intention On Sociolla*. *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 7(1), 64–74.
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen*. *Rena Cipta Mandiri*.
- Aprelyani, S., Ali, H., & Hadita, H. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 163–173. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.177>
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing: An Introduction*. Pearson Education. United States.
- Bengtson, E., & Mossberg, O. (2023). *The Virtues of Green Marketing*. Palgrave Macmillan.
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Daft, R. L (2022). *Management*. Cengage Learning. Boston
- Foster, B., Johansyah, M. D., & Marwondo. (2021). *Manajemen Ritel di Era Pemasaran Online*. Unibi Press.
- Hanafi, I., & Sundari, E. (2023). *Pengantar Manajemen dan Binsis*. UIR Press.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sastedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling*. SAGE Publications.
- Halim, H., Yudawisastra, H., G., & Sudirman, A. (2024). *Green Marketing*. Widina
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2023). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- Herawati, N., & Fauzi, I. (2026). *Green marketing and omnichannel strategies on purchase decisions : The mediating role of disruptive marketing innovation*. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 13(4), 703–712.

- Juanim. (2020). Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran: Pengolahan Data SPSS & LISREL (R. Trisnadewi, Ed.). PT. Refika Aditama.
- Kjeldsen, K., Nodeland, M., Fagerstrøm, A., & Pawar, S. (2023). The relative impact of QR codes on omnichannel customer experience and purchase intention. *Procedia Computer Science*, 219, 1049–1056. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.01.383>
- Kotler & Keller. (2022). *Marketing Management (16th Global Edition)*. Pearson. England.
- Krisdayanti, K., & Widodo, A. (2022). Green marketing and purchase intention of green product: The role of environmental awareness. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 5(2), 205–216. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v5i2.588>
- Lestari, N. W., & Huda, M. (2024). Pengaruh *Omnichannel Marketing* dan *Product Assortment* terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen UMKM FNB di Pandaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3).
- Mamulak, N. M. R., Suwastika, W. K., Sutaguna, N. T., & Yolanda. (2025). Strategi Pemasaran: Teori dan Praktik dalam Era Digital. *MPI:Media Penerbit Indonesia*.
- Mendrofa, Y., Zebua, E., Gea, N. E., & Zalukhu, Y. (2023). Pengaruh *Green Marketing, Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades melalui *Environment Attitude* Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nias. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 10(2).
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten *Marketing* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2 (1).
- Mukonza C., Hinson, R. E., Adoela, O., Adisa, I., Mogaji, E., & Kirgiz, A., C. (2021). *Green Marketing in Emerging Markets: Strategic and Operational Perspectives*. Palgrave Macmillan.
- Nugroho, S. P., Lestari, N. S., Priyono, E., & Triyanto. (2023). Pengaruh *Omnichannel Integration Quality* terhadap Niat Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen di Surakarta. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 1(2).
- Palmatier, R. W., Sivadas, E., Stern, L. W., & El-Ansary A., I. (2020). *Marketing Channel Strategy: An Omni-Channel Approach*. Routledge.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas

- Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Putri, S. Y., Meria, L., & Amroni. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 92–107. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2070>
- Putri, T. A. N. R., Lindawati, T., & Handayani, Y. I. (2023). Pengaruh Green Product Innovation Dan Green Marketing Terhadap Brand Image Dalam Purchase Decision Produk Avoskin Pada Konsumen Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 12(1), 47–59. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i1.4711>
- Rezky, S. M., Madiawati, P. N., & Pradana, M. (2026). *The Influence of Content Marketing, Omnichannel Marketing, and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions through Brand Awareness in the BCA “Don’t Know Kasih No!” Advertisement. Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 3(1).
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2022). *Management*. Pearson.
- Rohmah, D. S., & Tobing, R. P. (2023). Pengaruh *Green Marketing* dan Brand Awareness terhadap *Purchase Decision* pada The Body Shop. *Pengaruh Green Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Pada The Body Shop*, 1(4), 15–24.
- Romli, N. A., Lena, S. V. V., Tingga, C. P., & Sugiat, M. A. (2022). *Marketing 4.0. Media Sains Indonesia*.
- Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). Pengaruh *Green Marketing* Dan *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukin. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(September), 305–312. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/snts/article/view/113%0Ahttps://journal.unusida.ac.id/index.php/snts/article/download/113/98>
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. L. (2020). *Consumer Behavior*. Pearson
- Sugiyono (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Alfabeta*. Bandung
- Setiagraha, D., Junianto, M., & Muharramah, U. (2023). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Minimarket Alfamart Kota Palembang JMEC : Journal of Management , Entrepreneur and Cooperative. *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative*, 2(2), 82–91.

- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1).
- Sidiq Permono Nugroho, Nina Sri Lestari, Edi Priyono, & Triyanto. (2023). Pengaruh Omnichannel Integration Quality Terhadap Niat Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Di Surakarta. *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 13–25. <https://doi.org/10.23917/determinasi.v1i2.41>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior*. Pearson.
- Sundari, E. & Hanafi, I. (2022). Strategi Pemasaran. *UIR Press*.
- Syahdan Muhamad Rezky, Putu Nina Madiawati, & Mahir Pradana. (2026). *the Influence of Content Marketing, Omnichannel Marketing, and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions Through Brand Awareness in the Bca 'Don'T Know Kasih No.' Advertisement. Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 3(1), 708–720. <https://doi.org/10.62567/micjo.v3i1.1749>
- Vannia, D., Muhammad Sadat, A., & Pratama Sari, D. A. (2023). *The Influence of Green Marketing, Environmental Concern, and Attitude Toward Behavior on Purchase Intention of Local Skincare in DKI Jakarta. Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 852–863.
- Yahya. (2022). PERAN GREEN MARKETING, GREEN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN GREEN TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *JIMBis : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 17–38.
- Yosepha, C. K. S. dan S. Y. (2020). Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Zahra, Safrida Kusdwi, & Rohman, Fatchur. (2024). Pengaruh *Green Marketing*, GPV, dan *Green Brand Image* Terhadap *Purchase Intention*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 03(1), 1–10.