

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok*. Jurnal Manajemen , 12(1), 32–39.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. AE Publishing: Malang.
- Afna, N., & Khoiri, M. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pocari Sweat Di Kota Batam*. Dynamic Management Journal, 7(4).
- Aini, Y., & Sulastri. (2022). *Dampak Green product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua*. Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 4(1), 599–609.
- Al Amin, M. et al., (2023). *Pengaruh Green product, Green Price, Green Place, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Unisma Angkatan 2019)*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 12(1).
- Andrian, R. et al., (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Gerabah Kasongan*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(2), 559–574.
- Anwar, S., & Mujito. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 9(1), 189–202.
- Arsi, I. D. Et al., (2023). *Pengaruh Brand Image, Trust Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Traveloka*. In: Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi, 3, 736–751.
- Auli, A. L. et al., (2023). *Pengaruh Green product dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sariayu Martha Tilaar Kota Semarang*. Urnal Ilmu Administrasi Bisnis, 12(2), 531–538.
- Azizah, A. N. et al., (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Kelengkapan Barang, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Berkah Mandiri Mojo Kediri*. Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi, 1(5), 81–90.
- Cholis, M. A. N. et al., (2022). *Pengaruh Green product, Green Marketing, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips LED (Studi pada*

- Store Philips Home Lighting di Malang*). In Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB), 3(1), 1085–1100.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja, 1(1).
- Dawam, K., & Shihab, M. S. (2024). *Pengaruh Perceived Value dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Elektronik*. Journal of Economics and Business UBS, 13(1), 250–258.
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). *Green product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda*. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 12(1), 130–142.
- Fadhlorrohman, M. F. et al., (2023). *Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Inovasi Pada Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Department Store Grand Mall Bekasi*. Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera, 9(1), 28–40.
- Fatharani, N. A. (2023). *Pengaruh Green product, Green Brand Image, Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(1), 21348–21359.
- Firmansyah, F. et al., (2019). *Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen Generasi Z*. Iqtishoduna Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam. 15(1), 57–70.
- Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). *Manajemen Dan Eksekutif*. Jurnal Manajemen, 3(2), 51–66.
- Hasman, H. Et al., *Pengaruh Green product Dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wikstea Pada Mahasiswa Fakultas Kehutanan Universitas Sumatera Utara*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA, 8(1), 439–455.
- Hikmatunnisa, et al., (2020). *Pengaruh Green product dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Pembeli Yang Menghuni Perumahan Garden City Ciamis)*. Business Management and Entrepreneurship Journal, 2(3).
- Hutahaeni, W. (2018). *Dasar Manajemen* (Cetakan Pertama). Ahlimedia Press: Malang.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Cetakan Pertama). Unitomo Press.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Global Edition 17th). Pearson Education: London.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education, Inc.
- Lestari, D. S., & Setyaningrum, I. F. (2023). *Preferensi Pembelian Green product: Eksplorasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Tisu Tessa*. *Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 176–185.
- Makatumpias, D. et al., (2018). *Pengaruh Green product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dimanado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 4063–4072.
- Mappadeceng, R., & Fhaikhoh, N. (2022). *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Arthess PT. Lingga Harapan Jambi (Studi Kasus Di Kelurahan Tanjung Pinang Jambi Timur)*. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 20.
- Margahana, H., & Saputra, W. E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Cv. Hira Tech.
- Muhfizar et al., (2021). *Pengantar Manajemen: (Teori Dan Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Norbaiti, & Rahmi, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Banjarmasin*. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, 1(2), 2745–7273.
- Nugraha, T. A., & Soelasih, Y. (2023). *Faktor-faktor yang membentuk green buying behavior tas belanja ramah lingkungan*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22(2), 121–132.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Sukarno Pressindo: Semarang.
- Permoni, N. L. E. A., & Adnyani, I. N. E. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kelengkapan Produk dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di UD. Bumi Pertiwi*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 9(1), 50–61.
- Prameswari, A., Atika, & Harahap, M. I. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green product (Studi Kasus Pada Produk Love Beauty And Planet Di Kota Medan)*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).

- Qolbi, N., & Hermansyah, T. (2024). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Sanford Di Sinar Mart Batam*. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 50–57.
- Rahayu, F. P., & Winarno, A. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk H&M*. *EProceedings of Management*, 10(4).
- Rahmawati, A. D. S., & Soliha, E. (2024). *Pengaruh Green product, Green Advertising Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Unilever Indonesia, Tbk*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 493–505.
- Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). *Pengaruh Green Marketing Dan Green product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukin*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11(3), 305–312.
- Saputra, A. (2023). *Word Of Mouth (WOM) Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, Vol. 5(No. 1), 81–91.
- Satriadi, et al., (2021). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Cetakan I)*. Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Setiaji, D., & Ekawati, R. (2020). *Kontribusi Green product Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan ADES*. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 3, 267–277.
- Setiawan, C. et al., (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Tjampolay di Pusat Oleh-Oleh Cirebon*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 317.
- Setiyonovita, R., & Syahrivar, J. (2017). *Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ramah Lingkungan Di Kawasan Industri Cikarang*. *Jurnal Manajemen*, 7(1).
- Sudarmin. (2023). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow*. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 723–729.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sule, E., & Saefullah, K. (2019). *Pengantar Manajemen* (Edisi Revisi). Prenamedia Group: Jakarta.
- Sutanto, F. Y., & Agustini, M. Y. D. H. (2024). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3647–3660.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta*. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tusyaidah, A. et al., (2023). *Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale Kota Semarang*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 229–235.
- Wahyudi, A. et al., (2023). *Pengaruh Green Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Air Mineral Merek AQUA di Sampangan, Semarang)*. In *E-Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)*, 3(1), 14–27.
- Wibowo, T. A., & Sabardini, S. E. (2024). *Pengaruh Green Marketing, Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Aqua Pada Mahasiswa Di Yogyakarta*. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 28–38.
- Widiana, M. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (Cetakan Pertama). CV. Pena Persada: Banyumas.
- Wijaya, C., & Rifa'i, M. (2016). *Dasar-dasar Manajemen: Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien* (cetakan pertama). Perdana Publishing: Medan.
- Yulianti, F. et al., (2019). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pertama). Deepublish: Yogyakarta.

Sumber Referensi dari Internet:

- Elhan & Helfia (2020). *Tolak Galon Sekali Pakai*. Change.org. Diakses dari: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/heuristic-evaluation-interface-usability-web/docview/200546757/se-2>
- Kharisma, A. (2022) *Indonesia Dinilai Masih Kekurangan Bahan Baku Sampah Plastik PET*. *Detikfinance*. Diakses dari: [https://finance.detik.com/industri/d-6513897/indonesia-dinilai-masih-kekurangan-bahan-baku-sampah-plastik-pet#:~:text=%22Tingkat%20daur%20ulang%20\(recycle%20rate,tertulis%20C%20Jumat%20\(13%2F1](https://finance.detik.com/industri/d-6513897/indonesia-dinilai-masih-kekurangan-bahan-baku-sampah-plastik-pet#:~:text=%22Tingkat%20daur%20ulang%20(recycle%20rate,tertulis%20C%20Jumat%20(13%2F1)
- KLHK. (2022). *Data Komposisi sampah nasional berdasarkan sumber sampah*. SIPSN. Diakses dari: <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>
- Kuswandi. (2020). *Galon Sekali Pakai Klaim Ramah Lingkungan, Greenpeace: ini Gimmick*. *Jawapos.com* Diakses dari: <https://www.jawapos.com/nasional/27/11/2020/galon-sekali-pakai-klaimramah-lingkungan-greenpeace-ini-gimmick/>
- Top Brand Award. (2023). *Top Brand Index Kategori Air Minum Dalam Kemasan*. Diakses dari: https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_sukategori=432
- Trilatifah, W. (2020). *Polemik Galon Sekali Pakai Le Minerale di Tengah Kampanye Ramah Lingkungan*. *Netray*. Diakses dari: <https://analysis.netray.id/polemik-galon-sekali-pakai-le-minerale-di-tengah-kampanye-ramah-lingkungan/>
- Viky, F. (2021). *Aktivis Lingkungan Ingatkan Bahaya Mikroplastik Kemasan air Galon Sekali Pakai*. *Warta Ekonomi*. <https://wartaekonomi.co.id/read323723/aktivis-lingkungan-ingatkan-bahaya-mikroplastik-kemasan-air-galon-sekali-pakai>