

DAFTAR PUSTAKA

- Alverina, D., & Syarif, R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta. *Jurnal Ikrath-Ekonomika*, 6, 113–122. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/Ikraith-Ekonomika>
- Bellia Bai Azzah, D. P. N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple Melalui Ekuitas Merek sebagai Variabel Intervening di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 551–560.
- Bisnis, J., Kajian, D., Manajemen, S., 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://www.indopremier.com>,
- Desanto, T. M. J., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Aqua Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 1898–1907.
- Dewi, I. K., & Rahanatha, G. B. (2022). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(2), 378. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i02.p09>
- Dr.M.Anang Firmansyah, S. E. , M. M. (2019). *Buku Pemasaran produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Qiara Media, Ed.; Cetakan Pertama). CV. Penerbit Qiara media.
- Eva Fitria. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produkterhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-CoSuzuya Mall Rantauprapat). *Jurnal Ecobisma*, 5(1), 1–14.
- Fahlis Ahmad, J. Iapian, A. S. S. (2016). Analisis Green Product Dan Green Marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 4(1), 033–044.
- Fahreza Septa Megananda. (2021). Pengaruh Gaya Hidupsehat Dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen Minuman Ready To Drink (RTD). *Jurnal Ilmu Manajemen* , 9(4), 1613–1622.

- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 86–95. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.2.86–95>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Groening, C., Sarkis, J., & Zhu, Q. (2018). Green marketing consumer-level theory review: A compendium of applied theories and further research directions. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1848–1866. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.002>
- I Gusti Agung Nanda Dwipamurti, M. K. M. I. P. N. (2018). The Effect Of Green Marketing On Brand Image And Purchase Decision (Study on Consumer of Starbucks Cafe Ubud, Gianyar Bali). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3), 57–64.
- Islam, D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2018). Tinjauan Penerapan Konsep Green Marketing Dalam Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Pamator*, 11(1), 10–18. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pamator>
- Khomsin, M. A., Edris, M., Utomo, J., Kudus, U. M., & Tengah, J. (2022). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan, Inovasi Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (The Effect of Green Marketing, Knowledge, Product Innovation on Purchase Intention and Purchase Decision). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(2), 107–124. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i2.1941>
- Melati, A. A. S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Kota Unaaha. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 12(1), 207–216. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v12i1>
- Monica Wolff, W. J. F. A. T. D. Ch. A. L. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Jurnal EMBA No.1*, 10.
- Nuri Fitriani, L. N. S. R. U. A. F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Batik Pringgodani Khas Ngawi). *SIMBA*.
- Permata Ilmawati Ruswendi Pura, M., & Nina Madiawati, P. (2021). JEMMA (Jurnal of Economic, Management, and Accounting) Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JEMMA*, 4, 205–2016. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.2021>

- Roberto Franco Najoan, P., J Ogi, I. W., & Rogi, M. H. (2022). Analysis Of The Influence Of Products, Prices And Lifestyles On Purchase Decisions For Samsung Smartphone Products Among Class Of 2017 Students, Department Of Management At The Faculty Of Economics And Business, Unsrat Manado. *1682 Jurnal EMBA*, 10(1), 1682–1693.
- Ronal Aprianto, I. M. K. S. E. C. (2022). Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Point Coffe Dan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1193–1205.
- Rudy Irwansyah, K. L. A. S. I. M. H. M. H. K. P. U. A. B. A. S. L. D. W. S. R. M. B. H. N. I. H. E. D. T. (2021). *Perilaku Konsumen* (Cetakan Pertama). Penerbit Widina Bhakti Persada .
- Sharma, A. P. (2021). Consumers' purchase behaviour and green marketing: A synthesis, review and agenda. In *International Journal of Consumer Studies* (Vol. 45, Issue 6, pp. 1217–1238). John Wiley and Sons Inc. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12722>
- Siska Dwi Rachmawati, A. L. A. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express Users in South Surabaya). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Siti Nurhayati. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA*, IV(2), 60–69.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal*, 1(1), 41–52.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tamara Izzani. (2021). Pengaruhgreen Marketing Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelianpadaproduklove Beauty Planet (Studi Kasus Di Giant Pasar Minggu). *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 150–157.
- Wahyu Prasetyo, D., & Murti, W. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi PT. Matahari Departemen Store. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 9(2), 43.