

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Bader, S., & Jones, T. V. (2021). Statistical Mediation Analysis Using the Sobel Test and Hayes Spss Process Macro. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 9(1), 42–61. <https://ssrn.com/abstract=3799204>
- Adisty, N. (2024). Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia. In *GoodStats*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>
- Almuariief. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image. In *Revista Brasileira de Ergonomia* (Vol. 9, Issue 2, p. 10). <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>
- Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika*, 20(2), 169–175. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.9>
- Anik Suhartini, C. A., & Pertiwi, I. F. P. (2021). The Effect of Corporate Social Responsibility on Consumer Purchase Decisions with Corporate Image and Brand Image as Intervening. *Journal of Business and Management Review*, 2(5), 336–348. <https://doi.org/10.47153/jbmr25.1392021>
- Annur, C. M. (2024). Penetrasi Internet DI Yogyakarta Tertinggi di Pulau Jawa pada 2024. In *Katadata.co.id*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/05/penetrasi-internet-di-yogyakarta-tertinggi-di-pulau-jawa-pada-2024>
- Ariani, M., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Consumer Knowledge Terhadap Brand Image Produk Tupperware. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 572. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i4.10503>
- Chung, K.-H., Yu, J.-E., Choi, M.-G., & Shin, J.-I. (2015). The Effects of CSR on Customer Satisfaction and Loyalty in China: The Moderating Role of Corporate Image. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(5), 542–547. <https://doi.org/10.7763/joebm.2015.v3.243>
- Dairina, L., & F Sanjaya, V. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Islam*, VII(8.5.2017). <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Databoks. (2024). Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks. In *Katadata.co.id*. <https://databoks.katadata.co.id/>
- 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 : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 1898–1907.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Sembilan) Edisi 10. In *Semarang, Universitas Diponegoro*.
- GoodStats. (2023). GoodStats | Jelajahi Beragam Data. In *GoodStats*. <https://goodstats.id/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Vectors*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Hasan, A. (2018). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (CenterForAcademicPublishingService). *Perspektif*, 16(1).
- Indriastuti, M., & Chariri, A. (2021). The role of green investment and corporate social responsibility investment on sustainable performance. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1960120>
- Isa, M., & Istikomah, R. (2003). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Makanan di Kota Surakarta. *Oxford Art Online*, 98–110. <https://doi.org/10.1093/gao/9781884446054.article.t082385>
- Kinasih, I. A. D., Widagda, I. G. N. J. A., Rahyuda, I. K., & Suparna, G. (2023). Effect of Green Marketing and Corporate Social Responsibility on Purchase Decisions Mediated by Brand Image (Study on Consumers of Avoskin Skincare Products in Denpasar City). *European Journal of Business and Management Research*, 8(4), 249–260. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.4.2081>
- Kotler P, K. K. (2016). Marketing Management 15th edition. *England: Pearson Education*.
- Kurniawan, A. C., & Putri, H. I. W. (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Apple di Kota Surabaya. *Ilmumanajemen*, 4(93), 131–134.
- Lozada, H. R. (2000). Ecological Sustainability and Marketing Strategy : Review and Implications. *Seton Hall University*.
- Made, L., Rahayu, P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen(Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 121–131.
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). Green Marketing dan CSR Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai

- Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33141>
- Mahmoud, T. O., Ibrahim, S. B., Ali, A. H., & Bleadly, A. (2017). The Influence of Green Marketing Mix on Purchase Intention: The Mediation Role of Environmental Knowledge. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(9), 1040. <https://doi.org/10.14299/ijser.2017.09.006>
- Nandaika, E., & Respati, N. N. (2021). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 10(6), 539–559. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/69259>
- News Samsung.com. (2023). Samsung Dinobatkan sebagai ENERGY STAR Partner of the Year. In *Samsung.com*. <https://news.samsung.com/id/samsung-dinobatkan-sebagai-energy-star-partner-of-the-year>
- Ningsih, S., & Sarudin, R. (2023). Analisis Pengaruh Peranan CSR Planet 21 Terhadap Brand Image Hotel Mercure Tangerang BSD City. 4(3), 1639–1648.
- Nofiasari Rahma Yunfajri, & Yasri, Y. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image pada Produk Tupperware di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausah*, 1(1), 296–304.
- Nugroho J. Setiadi, S. E. M. M. (2015). *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ>
- Pardamean, F., & Sahir, S. H. (2023). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 287. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.583>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *PASCAL BOOKS*.
- Priadi, A., & Heri W, S. (2022). Pengaruh Green Marketing, Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Samsung 1. *Ekonomi Dan Bisnis (Ekobis)* 45, 1(1), 14–18. <https://doi.org/10.56912/ekobis45.v1i1.8>
- Profil Samsung | Merdeka.com. (2018). In *merdeka.com*. <https://www.merdeka.com/samsung>
- Putra, I. G. B. S., & Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343–351.
- Rayon, Y. A., & Widagda, I. G. N. J. A. (2021). Pengaruh Green Marketing Terhadap Purchase Decision yang Dimediasi oleh Brand Image (Studi pada AMDK Ades di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*,

- 10(5), 479. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i05.p04>
- Rizaty, M. A. (2021). Produk Ramah Lingkungan Mulai Banyak Dilirik Masyarakat, Apa Saja Alasannya? In *Katadata.co.id*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/23/produk-ramah-lingkungan-mulai-banyak-dilirik-masyarakat-apa-saja-alasannya>
- Sarah, Y., & Sutar, S. (2020). Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1 SE-Articles), 33–47. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.30>
- Sarippudin, A., Fitriani, I., & Zulkarnaen, W. (2019). Jl. Karapitan No. 143 Bandung 42. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Itc Kebon Kalapa Bandung, 1 No. 3(143)*, 42–51.
- Satria, R. D. (2018). Pengaruh Green Marketing Dan Customer Experience Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Starbucks Coffee Di Kota Pontianak). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–18.
- Sudirman, H. A., Militina, T., & Adhimursandi, D. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Brand Image dan Purchase Intention Serta Purchase Decision (Studi pada The Body Shop di Samarinda). *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM); Vol 5, No 2 (2020): JuniDO - 10.29264/Jimm.V5i2.8260*. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/view/8260>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r & d*. (M. Dr. Ir. Sutopo. S. PD., Ed.) Yogyakarta: ALFABETA.
- Wepo. (2023). Peningkatan Kesadaran Lingkungan: Bagaimana Konsumen Memilih Produk Ramah Lingkungan – Ekonomi Syariah. In *An-nur.ac.id*. <https://an-nur.ac.id/esy/peningkatan-kesadaran-lingkungan-bagaimana-konsumen-memilih-produk-ramah-lingkungan.html>
- Wu, H.-C., Cheng, C.-C., Chen, Y.-C., & Hong, W. (2018). Towards green experiential loyalty: Driving from experiential quality, green relationship quality, environmental friendliness, green support and green desire. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30, 0. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2016-0596>