

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, I. A., Kristanti, M. M., & Erwita, M. A. (2022). Pengaruh *Green advertising*, Dan *Green Brand image* Terhadap Green Awareness Dan Green Purchase Intention Pada Produk Runa Beauty Di Indonesia. *JUMMA :Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 11(2).
- Audrey, A., & Selamat, F. (2023). Pengaruh Pemasaran Pengalaman Terhadap Loyalitas Merek Boba Tea Taiwan: Mediasi Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Di Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 202–214. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.23252>
- Ayu, R. K., & Fasa, M. I. (2025). Strategi Marketing Dan Peran Inovasi Green Banking Terhadap Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Era Digital. *JIIIC :Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 2(5).
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The effect of brand ambassador, brand image, and brand awareness on purchase decision of Pantene shampoo in Surabaya. *SHS Web of Conferences*, 76. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- Diputri, A. T., & Afriani, A. L. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap *Brand image* PT Hijau Indah Selaras. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 169–187. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.030.03>.
- Febriana, N., dkk. (2025). Etika Green Advertising dalam Perspektif Islam: Implementasi Nilai-Nilai Syariah pada Komunikasi Pemasaran Ramah

- Lingkungan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 45–58. Ramadhanisa, R., & Yunarti, Y. (2022). Pengaruh Green Marketing terhadap Brand Image Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 120–132.
- Febriandari, S. M., & Suryanti. (2025). *Pengaruh Green Product dan Green advertising Terhadap Eco-Friendly Packaging Purchase Intention: Peran Mediasi Green Lifestyle dan Environmental Awareness*. 8.
- Febriani, S. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Green Product Purchase Intention Pada Produk Innisfree di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 49–61.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4925>
- Firdaus, N. I. & Achmad Fauzi. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap *Brand image* dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi pada Followes Instagram @Starbucksindonesia). *JAB : Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(3).
- Fitri, M. F. S., Ridwansyah, & Fasa, M. I. (2025). *Peran Digital Marketing Dalam Mewujudkan Green Banking Yang Berkelanjutan di Bank Syariah Indonesia*. 3. <https://doi.org/10.62281>
- Hadiwidjaja, R. S., & Dharmayanti, D. (2019). Analisis Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2.
- Imfrianti, A., Susila, I., & Wiyadi. (2022). Pengaruh green product, green advertising, dan green brand image terhadap purchase decision. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1–12.

- Kandati, G. C., Mandey, S. L., & Roring, F. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Experiential marketing Terhadap Brand image Geprek Maji Manado*. 12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (t.t.). *Marketing Management* (15, bergambar ed.). Pearson, 2016.
- Lumbangaol, N. (2024). Pengaruh green product dan green advertising terhadap purchase decision minyak goreng Tropical. *Skripsi, Universitas Medan Area*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/23866>
- Maharani, I. S., & Musdalifah, F. (2024). Pengaruh *Green advertising* Terhadap *Brand image* Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Ades (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya). *Kaghas: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.47753/kaghas.v4i1.44>
- Nafiah, K. L., & Trihudiyatmanto, M. (2021). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, *Brand image* Dan Experiential Marketing. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 9(1), 61–73. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v9i1.487>
- Panambunan, J. C., Williem J.F.A Tumbuan, & Bode Lumanauw. (2018). Pengaruh Pelanggan, Pengalaman Pemasaran, Dan Psikologi Pemasaran Terhadap Keputusan Pelanggan di PT. Hasjrat Abadi. *EMBA*, 3823–3832.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity, Brand Trust, *Brand image*, Perceived Quality

- Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). *Pengaruh Strategi Green Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. 9(3).
- Rahimah, A., Tanzil, R., & Hikmah, M. (2022). Peran *Green advertising* terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 104–120.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i1.262>
- Rahimah, A., Tanzil, R., & Hikmah, M. (2022). Peran green advertising terhadap citra merek dan dampaknya pada purchase decision. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 104–120.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i1.262>
- Rosyana, V., & Zulfitri. (2022). Pengaruh Green Marketing Mix dan Green *Brand image* Terhadap keputusan Pembelian Dengan Green Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Gerai Starbucks Coffe Karang Tengah). *JFM : Journal Of Fundamental Management*, 2.
- Ruslim, T. S., Kartika, Y., & Hapsari, C. G. (2022). *Effect of environmental concern on purchase of green skincare products*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 120. <https://doi.org/10.22441/jimb.v8i1.14499>
- Saputra, A., & Ardani, S. (2017). Peran *Brand image* Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Corporate Reputation. *Jurnal Manajemen*, 6.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suherman, A. A., & Puspaningrum, A. (2023). Pengaruh green marketing, green brand image, dan green trust terhadap purchase decision. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 1002–1012. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.4.15>
- Sukiman, & Salam, A. (2021). Analisis pengaruh green marketing dan brand awareness terhadap purchase decision. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69–80. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Sukma P, F. R., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk, dan *Brand image* Terhadap Minat Beli: Studi pada Mahasiswa Mahasiswi FE UST Konsumen KFC. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 33–42. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.433>
- Wang, J., & Li, A. (2022). The Impact of *Green Advertising* Information Quality Perception on Consumers' Response: An Empirical Analysis. *Sustainability*, 14(20), 13248. <https://doi.org/10.3390/su142013248>
- Wibowo, E. C., Suarta, I. K., Septevany, E., & Eko Wibowo. (2022). Dampak Green Marketing Mix dan *Brand image* Terhadap Brand Loyalty pada Pengguna OTA Traveloka (Studi Kasus Di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmu Manajemen*.

Yaputra, H., (2023). Green Marketing, Sustainable Advertising, Eco Labeling
Toward Green Purchasing Behavior. *ICELBI Proceedings*, 319–330.
https://doi.org/10.2991/978-94-6463-350-4_31