

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, S., Asdi, & Hidayat, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi (Studi pada Warkop Bundu Balai Aroeppala di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 7(1), 1-10.
- Alamsyah, I., Wahyuni, S., & Mukhamad, Z. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Tropicana Slim pada Hypermart Ponorogo City Center Di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(1), 8.
- Andira, A., & Arianty, N. (2021). Pengaruh *Brand image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *MANEGGIO : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1).
- Arifin, W., Marsudi, & Wijaya, R. (2022). The Effect of Product Quality on Purchase Decision Mediated by Brand Image in Zara Women's Bag Consumers. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(4). 367 – 378.
- Asrizal, E., N, Linzzy, P., & Lesmana, T. (2021). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan, dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota Medan. *PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis)*, 165-173.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). Manajemen Pemasaran : UMKM Digital Sosial Media. *DEEPUBLISH*.
- Cahyani, C. O., & Sutar. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap *Brand image* dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Aldo Shoes. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, (10)2, 208 - 222.
- Dairina, L., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh *Brand Image*. Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada produk sepatu

- merek *Converse*. *AT-TAWASSUTH Jurnal Ekonomi Islam*. 7(1). 118 - 134.
- Desanto, T., M., J., Mandey, S., L., & Soepono, D. (2018). Analisis Pengaruh *Green Marketing* dan *Coorporate Social Responbility* terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Aqua Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 1898-1907.
- Dewi, N., M. S. E. & Giantari, I., G. A. K. (2022). Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sensatia Botanicals di Denpasar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 221-239.
- Erlitna, K. G., & Soesanto, H. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Positive Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Iphone di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 7 (4), 1-11.
- Febriana, F., D., & Prabowo R, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffee Shop Kaligarang Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 298-306.
- Freya, (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Image saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Widyagama National Conference on Economics and Business*. 2598-5280.
- Gircela, D., & Wati, L. N. (2019). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, (9)1, 09-24.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP

- Harjadi, D. & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*, Grup Publikasi Yayasan Insan Shodikin Gunung Jati Anggota IKAPI.
- Hasbullah & Muchtar. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *INOVASI : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 18(4). 826-831.
- Hawa, S., D. (2024). *Strategi Pemasaran dan Hubungan Pelanggan. Wawasan Ilmu*.
- Hawa, S., D. (2022). User Interface dan social media marketing sebagai pendorong keputusan pembelian pada e-commerce Tokopedia. *Jurnal Informasi dan Teknologi (JSITP)*, 2(2).
- Kamaruddin. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online di Marketplace Shopee di Kabupaten Bireuen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 208–217.
- Karlina, G., Setyorini, K. (2018). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand image* sebagai Mediator. *Management & Accounting Expose*, 1(2), 56-65.
- Katu, G. M. K., & Suparna, G. (2022). Peran *Brand image* Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi (Studi pada Produk Smartphone *Xiaomi* di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 11(4), 762-783.
- Khotimah, K., & Arifin, A. (2021). Pengaruh Green marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Tupperware Tanjung Priok). *Jurnal Inovasi Dan Penelitian*, 1(8), 1747–1754.
- Manik, C. D (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sophie Paris di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(4).

- Maramis, I., S., M. Mananeke, L. & Loindong, S., S., R. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Mercke'lkolongan. *Jurnal EMBA*, 10(1). 39 - 48.
- Masluhah, S. Salim, M., A. Slamet, A., R. (2023). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM : Elektronik Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. 12(2). 1188 - 1200.
- Melati & Septarina, A., A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett di Kota Unaaha. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 12(1), 207-216.
- Nandaika, M. E., & Respati, N. R. (2021). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Fashion merek Uniqlo di Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 10(6), 539 - 559.
- Nasution., S. L., Christine H. W., & Denny A. N., (2020). Pengaruh Kualitas produk dan Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43-53.
- Nofiasari, Y., & Yasri (2019). Pengaruh *Green marketing* dan *Corporate Social Responsibillity* Terhadap *Brand image* pada produk Tupperware di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1).
- Nuraliffah, L. (2023). Pengaruh *Green Marketing* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tas Belanja Ramah Lingkungan : Studi pada konsumen Eco Bag di Bandung Timur. Skripsi Thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- Nurika, A., A., S. & Rachmi, A. 2022. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi Sejuk di Amstirdam Coffe. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2).169-174.
- Nurjaya, Erlangga, H. Oktarini, R. Sunarsi, D. & Jasmani (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Wahana Motor di Wilayah Cianjur. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia*, 1(1), 291 - 296.
- Nusraningrum, D., Mekar, M., T. & Gunawan, J. (2021). *Analisis Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Aqua dan Le Minerale*, 15(3).
- Oktavenia K. A. R., & Ardani I. G. A, K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1374 - 1400.
- Pasaribu, V.I.B. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Tvs. *Business Management Journal*, 18(1), 37 - 49.
- Perdana, S. P. 2019. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel AA di Kecamatan Rambatan di Tinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Pradnyadewi, N., M., W. & Sujadi, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus pada PT. Widya Mutiara Bali di Denpasar). *Journal Research Management (JARMA)*. 1(2). 132 - 144.
- Prahesti, K. & Sanaji, S. (2022). Pengaruh Green marketing, Health Consciousness dan Trust pada E-commerce terhadap Niat Beli Produk Masker Kesehatan di Era Pandemi Covid-19. *In Jurnal Imu Manajemen*, 11.

- Pratama, A., & Azizah, N. (2022). Pengaruh E-WOM, Product Quality, dan Price Terhadap Brand image Melalui Perceived Value. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(1).
- Pratiwi, A., Arini, A. (2021). Pengaruh Kemasan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*. 2(1). 77 - 87.
- Priyanto, Muhamad, & Sudartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian di Toko Mingka Bandung. *VALUE*, 2(1), 57-66.
- Puteri, A., A., N. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi (Studi Pengguna Iphone pada Mahasiswa Muhammadiyah Yogyakarta). S1 Thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Riadi, M., Kamase, J. & Mapparenta. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1).
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*.
- Rizka, P., F. Ragil, S. & Laily, M. (2022). Pengaruh *Green Marketing* dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Business Center Alamanda Delta Surya. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4(4), 16-39
- Rosyada, F., & Dwijayanti, R. (2023). Pengaruh *Green Marketing* Dan *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukin. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 305-312.

- Sabardini, S., E., & Wijono, D. (2024). Citra Merek sebagai Mediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Sleman. *JUREMI : Jurnal Riset Ekonomi*, 3(4), 467-478.
- Sari, A. J., Udayana, I. & Cahya, A., D. (2022). Pengaruh *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Variabel *Green marketing* dan *Brand Ambassador* UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308-327.
- Satria, R. D., (2019). Pengaruh *Green Marketing* Dan *Costumer Experience* Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Starbucks Cofee di Kota Pontianak). *Equator Journal Of Management and Entrepreneurship*, 7(2).
- Setiadi, I., & Ekawati, N., S. (2019). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*. 8(1). 7102-7131.
- Setiyana, Y., & Widayarsi, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario (Studi Pada Dealer CM Jaya Kota Rembang). *Proceeding SENDI_U*, 476-483.
- Setiyono, J., & Sutrimah. (2016). Analisis Teks dan Konteks pada Iklan Operator Seluler (XL dengan Kartu AS). *Jurnal Pedagogi* 5(2), 297-310.
- Sholihat, A. (2019). Pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di krema koffie. *JOM Fisip*, 5(1). 1- 15.
- Simanjuntak, N, A. & Tampubolon, R, P. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Vivo Smartphone di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Suryantari, N. L. P. P., & Respati, N. N. R., (2022). Peran *Brand image* Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1), 127-149.

- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Suliyanto, (2011). *Ekonometrika Terapan:Teori dan Aplikasi SPSS Edisi 1*. Yogyakarta:Andi. Yogyakarta: Andi.
- Utari, N. K. M., & Sukawati, T. G. R. (2023). Peran *Brand image* dalam Memediasi Pengaruh *Green marketing* Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop Di Denpasar. *Ev-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(3), 460-470.
- Widiyanto. (2008). *Pointers Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Yasmine, F., A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Saat Pandemi Covid-19. *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*. 358 – 368.
- Yuliana, R. & Pantawis, S. (2022). Analisis Green Produk, Green Marketing dan Green Knowledge di Kota Semarang. *Edunomika*, 6(1). 1 - 6.
- Zhang, X., & Dong, F. (2020). Why do consumers make green purchase decisions? Insights from a systematic review. In *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18). 1 - 25.