

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. B. Award, “No Title,” 2020. <https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/air-minum-dalam-kemasan-fase-2-2020/> (accessed Jun. 10, 2022).
- [2] P. Issn, “Binaan Pascasarjana Unpas Universitas Pasundan Bandung,” vol. 2, 2021.
- [3] J. Akuntansi, E. Dan, F. Ekonomi, U. D. Nuswantoro, and U. D. Nuswantoro, “Pengaruh Green Brand Image, Green Perceived Value, Green Awareness,” vol. 1, no. 1, pp. 66–75, 2021.
- [4] S. H. Winarno, “Pengaruh Penerapan Green Advertising dan Harga Premium Terhadap Keputusan Pembelian,” vol. 16, no. 1, pp. 25–34, 2019.
- [5] D. Utami, “Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk ( Studi Pada Konsumen Klinik Kecantikan X di Bogor ),” vol. XIV, no. 1, pp. 86–95, 2020.
- [6] J. Ilmu and R. Manajemen, “No Title,” vol. 5, no. 1, pp. 1–19, 2016.
- [7] A. Krishna, M. Osiyo, P. Hatane, J. M. Pemasaran, U. K. Petra, and J. Siwalankerto, “Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Brand Image dan Purchase Intention Pelanggan Pada Starbucks Coffee Malang”.
- [8] A. Guspul, “Pengaruh Strategi Green Marketing pada Bauran Dalam Membeli Produk Herbalife (Studi Kasus Pada Club 'Sehatway' di Wonosobo),” pp. 107–122, 2018.
- [9] J. Ilmiah and M. Ubhara, “Green Marketing Di Sumbawa Besar Dilihat Dari Green Product dan Green,” pp. 1–10.
- [10] C. R. Atmando, “Image Terhadap Minat Beli Rumah Ramah Lingkungan,” vol. 4, 2019.
- [11] I. Hendarsih, “Analisis Konsep Green Product sebagai Pelaksanaan Etika Bisnis pada Perusahaan,” vol. I, no. 1, 2017.
- [12] J. S. Bisnis *et al.*, “Jurnal sketsa bisnis,” vol. 4, no. 2, pp. 61–75, 2017.
- [13] R. Astini, “Implikasi Green Brand Image, Green Satisfaction dan Green Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Pada Konsumen AMDK Galon Merk AQUA di Wilayah Serpong Utara ),” vol. XX, no. 01, pp. 19–

34, 2016.

- [14] E. I. Darmawan *et al.*, “Pengaruh Green Product, Green Advertising dan Green Brand Image Terhadap Purchase Decision Cat Tembok Nippon Paint The Effect of Green Product, Green Advertising And Green Brand Image On Purchased Decision Cat Wall Nippon Pain,” vol. 6, no. 3, pp. 6149–6161, 2019.
- [15] U. Batam, I. A. I. Sunan, and K. Malang, “1) , 2) 1),” vol. 1, 2020.
- [16] M. A. Azis, “Pengaruh Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC Dengan Green Brand Image sebagai Moderating Variabel (Studi Kasus pada Konsumen KFC Mojokerto),” Universitas Islam Majapahit, 2019.
- [17] U. K. Petra and J. Siwalankerto, “Intention Dengan Green Brand Satisfaction dan Green Brand Trust Sebagai Mediator Pada,” pp. 18–34.
- [18] D. A. N. Harga and T. Keputusan, “Pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji,” pp. 1–17, 2020.
- [19] S. Djatikusuma and S. Djatikusuma, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berisotonik Pocari Sweat advised to continue to innovate and make improvements to their marketing strategies in order to,” vol. 05, pp. 1–9.
- [20] S. Kodu and K. Produk, “Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza,” vol. 1, no. 3, pp. 1251–1259, 2012.
- [21] H. Pengaruhnya *et al.*, “Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild,” vol. 1, no. 4, pp. 95–104.
- [22] C. Lystia, R. Winasis, H. S. Widiанти, and B. Hadibrata, “Determinasi Keputusan Pembelian : Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran),” vol. 3, no. 4, pp. 392–403, 2022.
- [23] E. Mahesa, P. Mardika, F. Nikmah, A. Niaga, and P. N. Malang, “Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Kota,” 2018.
- [24] P. Mauliza, P. A. Fauzi, and E. S. Rini, “The Influence of Green Product , Green Advertising , and Green Brand on Decision to Buy Through

Consumers ' Trust in Tupperware Products at SMPN Beureunerun,” vol. 6, no. May, pp. 149–166, 2019.

- [25] H. Purnama, “The effect of green packaging and green advertising on brand image and purchase decision of Teh Kotak product,” vol. 308, no. Insyma, pp. 132–135, 2019.