

DAFTAR PUSTAKA

- Amiyani, Rofi. 2016. Teknik Sampling. Yogyakarta: UNY.
- Anggreani, N., & Mardalis, A. (2024). Analisis pengaruh green marketing, citra merek dan kualitas layanan terhadap minat pembelian ulang makanan halal cepat saji di Mcdonald's. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.4490>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Bisoyi, B., Nayak, B., Das, B., & Pasumarti, S. S. (2021). Urban resilience and inclusion of smart cities in the transformation process for sustainable development: Critical deflections on the smart city of Bhubaneswar in India. In *Advances in power systems and energy management* (hal. 149–160). https://doi.org/10.1007/978-981-15-7504-4_16
- Chen, Y.-S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian cetakan continuous form melalui kepercayaan merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 158–169.
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1996). *Metode penelitian bisnis* (5 ed.). Erlangga.
- Ekaptiningrum, K. (2024, Februari 26). Guru besar UGM angkat bicara soal kandungan bromat dalam air mineral. *Universitas Gadjah Mada*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penulisan skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fianto, A. Y. A., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun. (2014). The influence of brand image on purchase behaviour through brand trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58–76. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen: Sikap dan pemasaran*. Deepublish.
- Fitriani, A. M. (2024). *Peran social media marketing, kualitas produk terhadap repurchase intention pada generasi Z melalui brand image sebagai variabel intervening (Studi kasus pada Scarlet Whitening di Kota Semarang)*. Universitas

Islam Sultan Agung Semarang.

- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Gultom, S. G. C., Listyorini, S., & Wijayanto, A. (2024). Pengaruh brand image, brand awareness, dan perceived quality terhadap repurchase intention produk Makarizo (Pada mahasiswa S1 Universitas Diponegoro Pengguna Produk Makarizo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(3), 579–586.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis*. Pearson Education.
- Hanifah, Z. R. (2022). *Pengaruh green marketing terhadap repurchase intention pada The Body Shop Bandung*. Universitas Telkom.
- Haryadi, R. (2009). *Pengaruh strategi green marketing terhadap pilihan konsumen melalui pendekatan marketing mix (Studi kasus pada The Body Shop Jakarta)*. Universitas Diponegoro.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762–1800. <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>
- Hidayati, N., Putra, A., Dewita, M., & Framujiastri, N. E. (2020). Dampak dinamika kependudukan terhadap lingkungan. *Jurnal Kependudukan dan Pembangunan Lingkungan (JKPL)*, 1(2).
- Illa, M. T. S., Sidanti, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Pengaruh green marketing, country of origin, dan lifestyle terhadap repurchase intention pada produk Tupperware di Kota Madiun. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Jain, S. K., & Kaur, G. (2004). Green marketing: An attitudinal and behavioural analysis of Indian consumers. *Global Business Review*, 5(2), 187–205. <https://doi.org/10.1177/097215090400500203>
- Karlina, N. N. P., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(6).
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4 ed.). Pearson Education Inc.
- Kewakuma, A. S. V., Rofiaty, R., & Ratnawati, K. (2021). The effect of green marketing strategy on customer loyalty mediated by brand image. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.18196/jbti.v12i1.10691>

- Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran (Edisi Millenium)* (B. Molan (ed.)). Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 ed.). Pearson Prentice Hall.
- Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk handphone. *Value Added*, 8(2), 53.
- Oetomo, R. A., & Nugraheni, R. (2012). Analisis pengaruh keragaman menu, persepsi harga, dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada restoran Waroeng Taman Singosari Semarang). *De Rema Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Olson, P. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (D. Dwiandani (penerj.); 9 ed.). Salemba Empat.
- Peattie, K., & Ratnayaka, M. (1992). Responding to the green movement. *Industrial Marketing Management*, 21(2), 103–110.
- Polonsky, M. J. (1994). Green marketing regulation in USA and Australia: The Australian checklist. *Greener Management International*, 44–52.
- Prakoso, A. W., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk, brand image, dan promosi untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen Rown Division di Kota Solo. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Pride, M. W., & Ferrell, O. C. (1993). *Marketing: Study guide, business and economics* (7 ed.). Houghton Mifflin Corp.
- Pupuni, N. W., & Sulistyawati, E. (2013). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dan perilaku pembelian ulang (Studi kasus pada produk pasta gigi merek Pepsodent di Kota Denpasar). *E-Jurnal Management*, 2(1).
- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh product quality dan brand image terhadap repurchase intention produk kosmetik halal di e-commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p136-147>
- 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). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i1.1893>
- Rangkuti, F. (2008). *The power of brands*. Erlangga.
- Salisbury, W. D., Chin, W. W., Gopal, A., & Newsted, P. R. (2002). Research report: Better theory through measurement—Developing a scale to capture consensus on appropriation. *Information Systems Research*, 13(1), 91–103. <https://doi.org/>

10.1287/isre.13.1.91.93

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku konsumen* (2 ed.). Indeks.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh green marketing, pengetahuan dan minat membeli terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218.
- Shalihah, H. H., & Rubiyant, R. N. (2023). Analisis pengaruh green marketing terhadap purchase intention produk garnier melalui brand image sebagai variabel intervening studi pada konsumen di Pulau Jawa. *eProceedings of Management*, 10(1).
- SIPSN. (2024). *Data timbulan sampah*. Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/timbulan>
- Situmorang, J. R. (2011). Pemasaran hijau yang semakin menjadi kebutuhan dalam dunia bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2).
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tsai, H.-T., Chang, H.-C., & Tsai, M.-T. (2016). Predicting repurchase intention for online clothing brands in Taiwan: quality disconfirmation, satisfaction, and corporate social responsibility. *Electronic Commerce Research*, 16(3), 375–399. <https://doi.org/10.1007/s10660-015-9207-2>
- Wahyuni, S., Andika, B., & Azlan. (2021). Sistem pendukung keputusan untuk menentukan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada Cafe Hoka Kuphi menggunakan metode fuzzy assosiatif memory. *Jurnal Cyber Tech*, 1(4).
- Winardi, & Suparwarman. (2003). *Perilaku konsumen*. Bumi Aksara.
- Yunus, N. S. (2020). *Pengaruh green marketing terhadap repurchase intention melalui kepuasan konsumen pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Jl. Ahmad Yani, Surabaya*. STIE Mahardhika Surabaya.