

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(8), 41-53.
- Adriyati, R. and Indriani, F. (2017) 'Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah', *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), pp. 1–14.
- Agung, I. G. A. N. D., Mawardi, M. K. and Nuralam, I. P. (2018) 'The Effect of Green Marketing on Brand Image and Purchase Decision (Study on Consumer of Starbucks Café Ubud, Gianyar Bali)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3), pp. 57–64.
- Aldoko, D., Suharyono, S. and Yuliyanto, E. (2016) 'Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012 / 2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Produk Tupperware)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 40(2), pp. 17–23.
- Anggitasari, A. M. and Wijaya, T. (2018) 'Pengaruh EWOM Terhadap Brand Image dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta)', *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*, 3(2), pp. 266–275.
- Ansar, N. (2013) 'Impact of Green Marketing on Consumer Purchase Intention', *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11), pp. 650–655.
- Arifin, E. and Fachrodji, A. (2015) 'Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan', *Jurnal MIX*, 5(1), pp. 124–143.
- Balawera, A. (2013) 'Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado', *Jurnal EMBA*, 1(4), pp. 2117–2129.
- Dwipamurti, I Gusti Agung Nanda; Mawardi, M. Kholid ; Nuralam, Inggang Perwangsa, 2018. The Effect of Green Marketing on Brand Image and Purchase Decision. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3), pp. 57-64.

- Eriza, Z. N. (2017) 'Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko Pada Hubungan Antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya)', *Komuniti*, 9(1), pp. 14–24.
- Ghozali, I. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Hamdani, N. A. and Maulani, G. A. F. (2018) 'The Influence of E-WOM on Purchase Intentions in Local Culinary Business Sector', *International Journal of Engineering & Technology*, 7(29), pp. 246–250.
- Istantia, S., Kumadji, S. and Hidayat, K. (2016) 'Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips LED di Perum Kapanjen Permai 1, RW 4, Desa Talangagung, Kec. Kapanjen, Malang, Jawa Timur)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 32(1), pp. 174–182.
- Jalilvand, M. R. and Samiei, N. (2012) 'The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study In The Automobile', *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), pp. 460–476.
- Kala, D. and Chaubey, D. S. (2018) 'Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention towards Lifestyle Products in India', *Pacific Business Review International*, 10(9), pp. 135–144.
- Kunja, S. R. and GVRK, A. (2018) 'Examining The Effect of Ewom on The Customer Purchase Intention Through Value Co-Creation (VCC) In Social Networking Sites (Snss) A Study Of Select Facebook Fan Pages of Smartphone Brands in India', *Management Research Review*, 5(12), pp. 1–26.
- Lin, L. I. N. C. and Shuang-Shii, C. (2018) 'The Importance of Brand Image on Consumer Purchase Attitude : A Case Study of E-Commerce in Taiwan', *Jurnal Sciendo*, 13(10), pp. 91–104.
- Manurung, H. P., Rini, E. S. and Lubis, A. N. (2016) 'Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot UMKM Kisaran', *Jurnal Ekonomi Bisnis USU*, 5(12), pp. 1–10.
- Pradipta, D., Hidayat, K. and Sunarti, S. (2016) 'Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), pp. 138–147.

- Putripeni, M. P., Suharyono, S. and Kusumawati, A. (2014) 'Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(1), pp. 1–10.
- Rachmawan, R. F., Rachma, N. and Hufron, M. (2018) 'Pengaruh Iklan Internet dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Situs Online Shopee Pada Mahasiswa di FEB Manajemen Universitas Islam Malang', *e – Jurnal Riset Manajemen UNISMA*, 7(12), pp. 84–95.
- Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y. and Mawardi, M. K. (2017) 'Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsuen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1), pp. 121–131.
- Sigit, M. (2016) 'Green Marketing Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Naavagreen Natural Skin Care Yogyakarta', *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 4(1), pp. 65–75.
- Silvia, F., H, A. F. D. and Kusumawati, A. (2014) 'Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), pp. 1–9.
- Solihin, F. *et al.* (2019) 'The Effect Of Green Marketing Strategy On Purchasing Decisions : A Review Of Previous', *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(12), pp. 3662–3665.
- Sugiyono (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Torlak, O., Ozkara, B. Y. and Tiltay, M. A. (2014) 'The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumers in Turkey', *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 8(2), pp. 61–68.
- Tutia, I. and Najib, M. F. (2019) 'Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Sport Hijab', *IRWNS Polban*, 4(122), pp. 697–705.
- Yani, M. and Astuti, M. (2016) 'Pengaruh Green Marketing, Lingkungan dan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Membeli Produk Organik (Studi Pada HERO Supermarket Sidoarjo)', *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis UMISDA*, 5(3), pp. 336–351.