

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdad, M. M., & Agit, A. (2024). Dampak Penggunaan Green Product Terhadap Kesehatan Lingkungan. *Prosiding Seminar Nasional Biologi*, 3(1), 62–67.
- Alexandre, G., *et al.* (2024). Pengaruh Green Product Strategy Dan GreenMarketing Terhadap Keputusan Pembelian ProdukSukin. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 160–166.
- Alharthey, B. K. (2019). Impact of green marketing practices on consumer purchase intention and buying decision with demographic characteristics as moderator. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 6(3), 62–71. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2019.03.010>
- Amrita, N. D. A., *et al.* (2024). *Green Marketing : Dunia Baru dalam Dunia Marketing*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arianto, B., & Rani. (2024). *Pemasaran Media Sosial*. Borneo Novelty Publishing.
- Ayesha, I., Amaliyah, *et al.* (2022). *Digital Markting (Tinjauan Konseptual)*. Global Eksekutif Teknologi.
- Azalia, A., & Anisa, F. (2021). Pengaruh Green Product, Green Advertising, dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Tupperware di Magelang). *Borobudur Management Review*, 1(2), 126–140. <https://doi.org/10.31603/bmar.v1i2.5868>
- Bima Oktriyanto, E. *et al.* (2021). Effects of Social Media Marketing Activities Toward Purchase Intention Healthy Food in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(10), 6815–6822. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i10.5548>
- Desriani Makatumpias, Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (2018). Pengaruh Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Di Manado. *4063 Jurnal EMBA*, 6(4), 4063–4072.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(2), 28–42.
- Elvina Novalia Khasanah, E. S. (2023). *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Ramah Lingkungan*. 2(2), 430–434.

- Erislan. (2024). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran Digital*. Mitra Ilmu.
- Fendiansyah, E. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Psis Store. *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Edisi 9*. Universitas Diponegoro
- Hendra, et al. (2023). *Green Marketing for Business*. Son Pedia Publishing
- Hidayati, R. P. R. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan pembelian dimediasi word of mounth pada lektang gallery malang. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 13(2),1-21.
- Inyustisia, A., & Listyorini, S. (2024). Pengaruh Green Product, Green Price Dan Environmental Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produkthe Body Shop Di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 243–251.
- Jogiyanto, H. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Universitas Gadjah Mada.
- Kawengian, N., Dotulong, L. O. H., & Samadi, R. L. (2024). Pada Restoran Bigfish Manado: The Influence Of Green Marketing And Pricing On Purchasing Decisions At Bigfish Restaurants Manado. *Journal EMBA*. 12(3), 1425-1425.
- Keller, K. (2016). *Marketing Management*. British Library Cataloguing.
- Kotler, A. (2018). *Principles of Marketing*. British Library Cataloguing.
- Kurniadi, R., & Wibisono, A. (2024). Dampak Kualitas Produk Serta Influencer Marketing Dalam Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi*, 4(1), 201–206.
- Kusumawardhani, T. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Social Media Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Multimedia Dan Teknologi Informasi Volume*, 5(2), 100–106.
- Maidiana, M. (2021). Alacrity. *Journal of Education*, 1(2), 20–29.  
<https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Manongko, & Allen. (2018). *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior)*. Manado: Yayasan Makaria.

- Maulana At Thaariq, N., *et al.* (2023). Purchase Decision in terms of Brand Equity, Promotion and Price at Herya Convection in Sidoarjo Keputusan Pembelian ditinjau dari Ekuitas Merek, Promosi dan Harga pada Konveksi Herya di Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8323–8341.
- Wulandari, Anna & Mulyanto, Heru. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal GEEJ*. 7(2), 1-78.
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Okadiani, N. L. B., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2019). Pengaruh green produk dan sosial media marketing terhadap keputusan pembelian produk pada pt. Sensatia Botanicals. *Jurnal Unmas*. 9(1), 64-68.
- Prasetyo, H., Saputro, W., Listyorini, S., & Prabawani, B. (2024). Pembelian Tisu Tessa (Studi pada Konsumen Tisu Tessa di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 467–476.
- Randi Saputra, & Faizal Adiprasetya Purnama Pulungan. (2024). Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(5), 149–163. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i5.1292>
- Reken, F., & Al, E. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV Gita Lentera.
- Rosalia, D. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Pemasaran: Studi Peran Media Sosial dalam Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal EMT KITA*, 9(2), 488–499. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i2.3851>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

- Selvya, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). The Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Setiyadi, I. nur. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 122–136.
- Shandrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2023). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>.
- Sudjoko, C. (2019). Analisis Penerapan Green Marketing Mix Pada Cv. Madu Apiari Mutiara Kecamatan Cimanggis Depok. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & RnD*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Wardhana, A. (2025). *Social Media Marketing Strategy Edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara.
- Winarsih, R., Mandey, S., & Wenas, R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu-Dabu Lemong Resto dan Coffe Kawasan Megamas di Manado. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 70–80. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.2930>
- Winda Latifatul Zahra. (2023). *Pengaruh Green Product, Green Advertising Dan Green Brand Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Superindo Cabang Bandar Lampung)*.
- Wolok, T. (2019). *Green Marketing: Pemasaran dan Pembelian*. Athra Samudra.

Wulandari, R., & Miswanto, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 224–242.  
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5139>.