

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. *SSRN Electronic Journal*, 5(564), 1–16.
<https://doi.org/10.4324/9781315853178>
- Arfadli, M. R. (2018). *Pengaruh sikap konsumen terhadap niat beli Pada Produk Smartphone*.
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Manajemen, ida bagus sudiksal. (2018). *Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat beli dan keputusan pembelian*. 7(3), 1452–1480.
- Binalay, A. gustnest, L.mandey, S., & Mintardjo, christoffel m. . (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 395–406.
<https://doi.org/10.35794/emba.v4i1.11607>
- Chandra, F., & Sari, hetty kurnia tanjng. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Value Perception Dan Minat Beli Konsumen the Body Shop Di Kota Mataram. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 8(2), 456–461. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i2.429>
- Dwi Indah Lestari, Z. H. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Buah Naga (Hylocereus Costaricensis) di kebun Pak Ponidi*. 52–55.

- Dewi, kadek ayu arisma, & Aksari, ni made asti. (2017). *Peran brand image dalam memediasi pengaruh green merketing terhadap keputusan pembelian produk oriflame*. 6(11), 6029–6060.
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 104–113. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i2.56>
- Helmi, R. ariie., Fegianti, & Dewi, F. (2019). *Analisis persepsi dan afeksi terhadap minat beli online pada media sosial facebook*. 15.
- Kesuma, I., Sari, I., & Madany, khairunnisa al. (2019). *Analisis dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap perspsi konsumen dan pengaruhnya terhadap minal beli dan kepuasan konsemen di konta medan*. 08, 12–25.
- Khasanah, akhfat solehatun nur, & Darsin. (2004). *Meningkatkan minat beli oriflame yang berdampak pada kepuasan konsumen*. March, 1–2.
- Kuncoro, A. (n.d.). *Green marketing strategi : kebijakan perusahaan*. 16–22.
- Lukiarti, ming ming. (2019). Pengaruh lingkungan dan sikap Terhadap minat Beli Produk. In *Society* (Vol. 05, Issue 01).
- Paramesthin, R. M., & Pramono, J. (2019). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Niat Beli Yang Dimediasi Brand Image Pada Escalier Bali*. 599–614.
- Putu, I. G., Saputra, A., Agung, I. G., & Sri, K. (2017). *Peran brand image dalam memediasi pengaruh Green Marketing terhadap Corporate Reputation*. 6(1), 87–115.
- Risna Dwi Agustin, Srikandi Kumadji, & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green

- marketing terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 37–36.
- Rizky, M., Musfialdy, & Miftahuddin. (2019). *Penrencaan komunikasi pt.suka fajar pekanbaru dalam meningkatkan brand image mitsubishi*. 1(1), 37–50.
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). *Brand image, customer satisfaciton dan customer loyalty jaringan supermarket superindo di Surabaya*. 13(1), 27–34.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27>
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). *Pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian produk the body shop indoonesia*. 10(1), 1–9.
- Setyaningrum, A., & Madiawati, P. nina. (2013). Green Marketing Terhadap Brand Image Produk Lampu LED Philips Di Kota Bandung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Solihin, D. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 4(1), 26–37.
- Suasanti, F., & Zakaria, Z. (2018). *Pengaruh lokasi dan citra merek terhadap minat beli konsumen Pada ayam Gepuk Pak Gembus*. 6, 30–46.