

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Ahmad, F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2016). Analisis Green Prod & Green Market Strategy thd Keputusan Pembelian Body Shop. *Jurnal EMBA*, 4(1), 33–44.
- Asih, P. S., Rawi, R. D. P., & Rahayu, A. (2021). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fastfood KFC Di Kota Sorong (Studi Kasus Mega Mall Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 352. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11143>
- Asnaeda, S. D. dan A. (2020). Jurnal Akuntansi Unihaz : Jaz Desember Jurnal Akuntansi Unihaz : Jaz Desember. *Jurnal Akuntansi Unihaz:JAZ*, 3(2), 196–209.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Briliani, R. A., M.Si, D. S., & M.Si, D. S. (2016). Analisis Kecenderungan Pemilihan Kosmetik Wanita di Kalangan Mahasiswa Jurusan Statistika Unniversitas Diponegoro Menggunakan Biplot Komponen Utama. *Jurnal Gaussian*, 5(3), 547–548. <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/gaussian>
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 130–142. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i1.2301>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>
- Makatumpias, D., Moniharapon, S., Tawas, H. N., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dimanado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 4063–4072.
- Malau. (2020). Pengaruh Brand Trust , Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 8–30. [http://eprints.umpo.ac.id/5839/3/BAB II.pdf](http://eprints.umpo.ac.id/5839/3/BAB%20II.pdf)

- Ramadhana, I. A. A., Hidayat, Z., & Irwanto, J. (2020). Kombinasi Green Marketing dan Green Product terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus pada Persit Kodim 0821 Lumajang). *Journal of Organization and Business Management*, 3(1), 42–47.
- Silvia, F., Kusumawati, A., & D.H, A. F. (2014). PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 14(1), <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/>
- Wijaya, V. T., & Pahar, B. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Keamanan Privasi Terhadap Keputusan Pengguna Gojek. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 14(1), 1–10. <https://doi.org/10.37477/bip.v14i1.241>

Skripsi

- Al Ghozali Baharudin, H. H., & Purwanto, B. A. (2019). Green Product, Saluran Distribusi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jbe*, 26(1), 49–57. [https://www.unisbank.ac.id/ojs/](https://www.unisbank.ac.id/ojs;)
- Hamidah, Siti, 2019. (2019). *PENGARUH GREEN PRODUCT , GREEN ADVERTISING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ORIFLAME ” Siti Hamidah.*
- Romadon, Y., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). *PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE DAN STRUKTUR KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Followers Account Twitter 15(1).* [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=265053&val=6468&title=PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE DAN STRUKTUR KEPUTUSAN PEMBELIAN](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=265053&val=6468&title=PENGARUH%20GREEN%20MARKETING%20TERHADAP%20BRAND%20IMAGE%20DAN%20STRUKTUR%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN) Survei pada Followers Account Twitter Pertamina Pengguna Bahan Bakar Ramah lingkungan Pertama
- Utami, T. R. (2020). Pengaruh Green Product, Green Advertising, Dan Green Brand Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Konsumen Pengguna The Body Shop Di Kota Magelang). *Universitas Muhammadiyah Magelang*.

Abstrak Penelitian atau Proceeding

- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021),
- Dewi, R. (2020). Analisis Pengaruh Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *SELL Journal*, 5(1),
- Sugiono. (2017). *Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart*. 6.

Nugraha, W., Keunggulan, P., Diferensiasi, B., Minat, T., Ulang, B., & Allan, A. (n.d.). *Padang , peneliti dapat mengambil kesimpulan.*

Buku

Philip Kotler, Kelvin Lane Keller, (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective - 5th Edition*

Prof.Dr. Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*

Yaya Rutyaningsih, (2017). *Pengantar Manajemen.* Yogyakarta

Web

Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2021). Data Timbunan Sampah Tahunan. <https://www.menlhk.go.id/> diakses 20 April 2022.

Oriflame. (2020). *Data top issue social media* tahun 2020 majalah mixmarcomm. <https://www.instagram.com/id.oriflame/> Diakses pada 27 Mei 2022.

Direct Selling News. (2020). *Direct Selling News Global Top 10.* <https://www.directsellingnews.com/achievements/global-100-list/> Diakses 18 Agustus 2022.

