DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, R. A. (2024). Hubungan Brand Reputation Produk FMCG (Fast Moving Consumer Good) dengan Loyalitas Konsumen Relationship Brand Reputation FMCG (Fast Moving Consumer Good) Product with Consumer Loyalty Abstrak. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, *11*(03), 1420–1431.

Adi Sulistyo Wibowo,Ahmad Fathir Qodri, dan A. R. R. (2025). Jenis-Jenis Skala Sikap: Pengukuran Opini Dan Persepsi. *Jipdas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *3*(3), 61–65.

Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (Jras)*, *2*(2), 102–110.

Aeni, N. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *4*(1), 377–386.

Ahmadi, M. A., & Mahargyani, P. A. (2024). J-Fine Pengaruh Kesadaran Lingkungan (Green Awerenes) Akan Keputusan Pembelian Konsumen : Literature Review. *Journal Of Finance, Business And Economics*, *2*(1), 1–12.

Aini, N., Aprilia, I., Widiawati, D., Hardiani, S., Ekonomi, F., Malang, U. M., Terusan, J., & No, D. (2023). Pengaruh Green Product Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Bismar : Business Management Research. *Business Management Research*, *2*, 103–111.

Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2023). Analisis Data Penelitian Kuantitatif (Pengujian Hipotesis Asosiatif Korelasi). *Jurnal Pelita*

Nusantara: Kajian Ilmu Sosial Multidisiplin, *1*(3). Https://Doi.Org/10.59996/Jurnalpelitanusantara.V1i3.350

Alawiyah, W. S. (N.D.). *No Pengaruh Green Marketing Dan Green Product Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening*.

Ariestania, A. R., & Adriyanto, A. T. (2024). Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Green Marketing Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *25*(2), 159–176.

Astuti, E. S., & Others. (2025). Pengaruh Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Sub-Sektor Utilitas Di Sektor Infrastruktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, *2*(3), 1506–1514.

Bhardwaj, A. K., Garg, A., Ram, S., & Gajpal, Y. (2020). Research Trends In Green Product For Environment : A Bibliometric Perspective. *Internasional Journal Of Enviiironmental Research And Public Health*.

Chandravarissa, J. J. S. T. (2024). Determinants Factors Of Skin Care Purchase Decisions Among Millennials And Gen-Z In Medan City. *Ijamesc, 2*(3), 1015–1028.

Deisti, I., Ekonomi, F., Membangun, U. I., & Soekarno-, I. J. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi , Disiplin Kerja , Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt Pusat Pengembangan Properti Syariah Bandung. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(6).

Dewi, K. A. A., & Aksari, N. M. A. (2022). Brand Image Dalam Memediasi

Pengaruh Green Marketing Dan Green Product Terhadap Brand Loyalty. *Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame*, *8*(1), 1–8.

Dewi, W. W. A., & Syauki, W. R. (2023). Green Awareness Of Female Consumers Towards Sustainable Products In Indonesia. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, *13*(1), 129–139. Https://Doi.Org/10.29244/Jpsl.13.1.129-139

Dhiya' Ayu Adibah, B. P. (2024). Pengaruh Green Product Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Produk Oriflame Di Surabaya. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *6*(5), 2766–2781. Https://Doi.Org/10.47476/Reslaj.V6i5.1922

Fitrianingrum, A. A. I. (2025). Pengaruh Green Product , Green Promotion , Dan Green Packaging Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Green Trust Sebagai Mediasi (Studi Pada Industri Green Fashion). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *4*(2), 1060–1070.

Fitriyani, A., Moyan, D., Ustin, N. A., & Ustin, N. A. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran Berkelanjutan Untuk Produk Ramah Lingkungan : Literature Review. *Jurnal Dirupsi Bisnis*, *7*(1), 101–110.

Frenredy, W. (2020). Dimensi Brand Image Untuk Memprediksi Brand Love Dan Brand Loyaty. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *Ii*(4), 1005–1014.

Gilang Pratama Hafidz, R. U. M. (2023). Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek,

Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *7*(1), 253–274.

Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang Berubah Tergantung Situasi Tertentu . (Arib , M . F ., Dkk , 2024). *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*.

Haryanto, T., & Harsono, M. (2022). Brand Image Dalam Kajian Filsafat Ilmu. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, *3*(2), 115–130.

I Made Haryoga, I. Gusta Ngurah P. Suryanata. (2021). Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa Vol. 18, No. 2 September 2021. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *18*(2), 61–74.

Indah Fauziahninik Churniawati Se.Mm. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Experience (Studi. *Jurnal Transparan*, *16*(1), 53–71.

Inyustisia, Saryadi, A. L. (2024). Pengaruh Green Product, Green Price Dan Environmental Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *13*(2), 243–252.

Irawan, I. C. (2025). Peran Kualitas Layanan , Kepuasan , dan Loyalitas Pelanggan dalam Membangun Niat Belanja Ulang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, *23*(4), 519–539. https://doi.org/10.26623/slsi.v23i4.12894

Jailani, S. S. A. S. (2024). Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam

Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, *15*(2), 79–91.

Madiawati, P. N., & Pardede., N. L. kristin. (2022). MIX : Jurnal Ilmiah Manajemen Jurnal Ilmiah Manajemen. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *18*(1), 31–43.

Mahardini, S. G. (2025). Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Fashion Wanita Sukoiko Store. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *20*, 1–10.

Maruapey, W. I., Guslina, I., & Idris, Y. (2022). Perilaku Konsumen Tentang Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk AMDK. *Jurnal Aplikasi Kebijakan & Bisnis*.

Mega Intansari, M., & Muslichah, I. (2022). Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Minat Beli Konsumen pada Kosmetik Ramah Lingkungan di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, *01*(04), 220–236. https://journal.uii.ac.id/selma/article/view/25602

Melisa, M. (2023). Analisis Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen. *Business Management Journal*, *19*(1), 33. https://doi.org/10.30813/bmj.v19i1.3612

Miharti, I. (2023). Membangun Brand Equity Bagi Organisasi Bisnis. *JURNAL Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *5*(3), 936–944.

Miranto, N. P., Handayani, P., Pratiwi, F. P., & Syakilla, A. P. (2026). Peran Brand Image Dalam Mendorong Minat Beli Konsumen Pada Toko Geox Gandaria City The Role of Brand Image in Driving Consumer Purchase Intention at Geox Store , Gandaria City. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 127–138.

Mulyono, A., Sunyoto, D., & Janabadra, U. (2025). Dampak Green Marketing ,

Kesadaran Lingkungan , dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Ramah Lingkungan di Yogyakarta. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, *4*(3), 2629–2643.

Nandika, C. N. P. R. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Terhadap Minat Beli Di Restoran Crisbar. *Kajian & Riset Manajemen Profesiona*, *14*(2), 1–9.

Novianto, O., Santoso, H. T., Dewi, R., Karnain, B., Achmad, S., & Gs, D. (2024). Analisis 5 (Lima) Tahapan Proses Keputusan Pembelian Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Universitas 45 Surabaya Dalam Memilih Perguruan Tinggi Prodi Manajemen Universitas 45 Surabaya Latar Belakang Perilaku konsumen merupakan sebuah fenomena yang. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(1).

Nur Isra Ahmad, S. (2026). Populasi dan Sampel: Konsep dan Prosedur dalam Penelitian Pendidikan. *Advances In Education Journal*, *2*(4).

Nyonyie, R. A., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *9*(3), 18–24.

Pandiangan, K., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity : Brand Trust , Brand Image , Perceived Quality , & BRAND. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *2*(4), 471–484.

Perpustakaan, P. I., Adab, F., Sunan, U. I. N., & Yogyakarta, K. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, *16*(1), 40–59.

Pujianto, A. B., Purnama, S., Sinaga, J., & Ridwan, F. A. (2025). Green Branding: Bagaimana Keberlanjutan Mempengaruhi Loyalitas Merek Konsumen dan Keputusan Pembelian. *In Search*, *24*(1), 81–95. https://doi.org/10.37278/insearch.v24i1.1361

Putra, B. P., & Haryadi, R. N. (2023). Pengaruh Komunikasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt . Mackessen Indonesia hubungan suatu variabel tak bebas / response (Y) dengan 2 (dua) atau lebih variabel Standardize. *Astina Mandiri*, *1*(November 2022), 154–159.

Putri, Y. A., Sulbahri, R. A., Sonny, G., & Kusuma, M. (2023). Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Kinerja Keuangan. *Akuntasi Dan Manajemen*, *18*(1), 33–50.

Rahardjo, A. D. T. (2023). Diponegoro Journal Of Management Volume 12, Nomor 1, Tahun 2023, Halaman 1. *Diponegoro Journal Of Management*, *12*(2016), 1–13.

Rahmawati, R. D., & Utomo, Y. P. (2025). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Dengan Pendekatan Kualitatif Menggunakan Kualitas Pelayanan , Customer Relationship Management (CRM), dan Kepuasan Konsumen Pada PT Boga Indonesia Talenta Studi Kasus : Halal Bakery Tsabita. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(1), 9–19.

Ramadhani, M. (2022). Pengaruh Citra Merek , Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, *11*(2), 200–214.

Rena Wilona Rahma, G. S. (2025). The Influence of Influencer Credibility on Brand Loyalty with Brand Trust as a Mediating Variable. *International Journal of Business, Marketing, Economics & Leadership (IJBMEL)*, *2*(3), 11–19. https://jurnal-mnj.stiekasihbangsa.ac.id/index.php/IJBMEL/article/view/332

RistantiAgung Sulistyo. (2025). Konsistensi Strategi Pemasaran Dalam Mendukung Penciptaan Bisnis Umkm Berkelanjutan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonom*, *4*(4), 1065–1076.

Rombach, M., Kartikasari, A., Dean, D. L., Suhartanto, D., & Chen, B. T. (2023). Determinants of customer loyalty to online food service delivery: evidence from Indonesia, Taiwan, and New Zealand. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, *32*(6), 818–842. https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2211061

Rosario, K. T. M., Soegoto, A. S., & Mandagie, Y. (2025). *Produk Masker Wajah Hanasui Di Kalangan Gen-Z Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi The Effect Of Product Quality And Brand Image On Buying Interest In Hanasui Face Mask Products Among Gen-Z At The Faculty Of Economics And Jurnal EMBA*. *13*(1), 346–356.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, *4*(4), 279. https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413

Samsudin, U., & Fauzan, A. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Pendekatan deskriptif dan

verifikatif. *Riset Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan*, *IV*(Ii), 187–206. https://doi.org/10.30812/rekan.v4i2.3280

Samudra, U. (2022). Gamma-Pi : Jurnal Matematika dan Terapan Gamma-Pi : Jurnal Matematika dan Terapan. *Gamma-Pi: Jurnal Matematika Dan Terapan*, *4*, 10–17.

Saputra, Asep Rokhyadi Permana, S. U. R. Q. M. (2022). Exploration Of Food Green Product Indicators In Indonesia : Studies On Respondents Having Used Food. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, *2022*(4), 2337–2350.

Saumur, E. E., & Mahpudin, E. (2024). Pengaruh Return on Asset , Net Profit Margin , Biaya Operasional terhadap PPh Badan Terutang. *Riset Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan*, *5*(1), 41–56. https://doi.org/10.30812/rekan.v5i1.3754

Sofyan, E., Ahmad, U. J., Anwar, S., & Susanto, N. (2025). Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Pribadi (Fast Moving Consumer Goods) The Influence of Eco-Friendly Packaging on Consumer Purchase Decisions for Personal Care Products (Fast-Moving Consumer Goods). *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, *5*(4).

Sonjaya, R. P., Aliyya, F. R., & Naufal, S. (2025). *Pengujian Prasyarat Analisis Data Nilai Kelas : Uji Normalitas dan Uji Homogenitas*. *9*, 1627–1639.

Sudirja, A. R., Sidik, B. A., Handoko, R., & Ali, A. (n.d.). 1135-37-6687-1-10-20231201. *Kajian Branding Indonesia*, *5*(2), 141–166.

Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta

Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 24–36. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55

Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Pendahuluan Rumusan Masalah. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *11*(3), 532–539.

Titis Tatasari, Akhmad Komaruddin, Maria Rosita Meylani, G. P. H. (2025). Peran Konten Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Titis. *Social Sciences Journal (SSJ)*, *3*(1), 77–85.

Tjahjaningsih, B. (2026). The Effect Of Trust And Service Quality On Loyalty With. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, *9*(1), 941–954.

Vicario, V., Edy, I., Sebayang, S., & Pramita, E. H. (2025). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Loyalitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Pelayanan Konseling. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, *4*(3), 601–616. https://doi.org/10.55123/mamen.v4i3.6113

Wahyudi, A. A. (2025). Peran Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terkait Gaya Hidup Sehari-Hari (Studi Kasus Siswa kelas XII SMAN 2 Jombang). *Indonesian Journal of Social*, *5*(1), 1–10.

Waruwu, M., Natijatul, S., Utami, P. R., & Yanti, E. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif : Konsep , Jenis , Tahapan dan Kelebihan*. *10*, 917–932.

Watson, A., Perrigot, R., & Dada, O. (2024). The effects of green Brand Image on

brand loyalty: The case of mainstream fast food brands. *Business Strategy and the Environment*, *33*(2), 806–819. https://doi.org/10.1002/bse.3523

Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, *1*(2), 94–102. https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. *3*(2), 96–102.

Yuwanti, D., Sofriana Imaningsih, E., Wibowo, W., & Yuwono, I. (2023). Green Product Quality, Green Brand Image, E-Wom Terhadap Green Customer Loyalty Trust Strategi Marketing. *Jurnal Impresi Indonesia*, *2*(9), 871–883. https://doi.org/10.58344/jii.v2i9.3545