

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, Dwi Silvi, dan Iva Nurdiana Nurfarida. 2018. "Kepuasan pelanggan sebagai mediasi pengaruh brand image terhadap loyalitas pelanggan." *Management and Business Review* 2(2):123–31. doi: 10.21067/mbr.v2i2.3228.
- Ariani, Meri, dan Rose Rahmidani. 2020. "Pengaruh Green Marketing dan Consumer Knowledge Terhadap Brand Image Produk Tupperware." *Jurnal Ecogen* 3(4):572. doi: 10.24036/jmpe.v3i4.10503.
- Aridh. 2015. Pengaruh Brand Image, Brand Awereness, dan Perceived Quality terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Darmoyo, Syarief, dan Monika Chandra. 2016. "Brand Image Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Garuda Indonesia." *Bina Ekonomi* 20(2):99–114.
- Elidawaty Purba, Bonaraja Purba, Ahmad Syafii, Fastabiquil Khairad, Darwin Damanik, Valentine Siagian, Ari Mulianta Ginting, Hery Pandapotan Silitonga, Nurma Fitrianna, Arfandi SN, Revi Ernanda. 2021. *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan kita menulis.
- Fakhrudin, Arif. 2020. "Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta." *Jurnal Manajemen Dirgantara* 13(1):2622–0946.
- Ghozali, Hengky Laten. 2020. "Partial Least Square; Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0." diedit oleh Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.
- Grant, J. 2015. *The Green Marketing Manifesto*. West Sussex, England: John Wiley & Sons, Ltd.
- Griffin .2005. *Customer Loyalty*, Jakarta : Penerbit Erlangga..
- Habib Dada, Muhammad. 2021. "Impact of Brand Association, Brand Image & Brand Loyalty on Brand Equity." *Journal of Marketing Strategies* 3(1):29–43.
- Hesti, Sri, Said Nuwrun Thasimmim, dan Wandira Rimayanti. 2021. "Efektivitas Iklan Traveloka Televisi Konvensional Pada Konsumen di Era Digital." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 7(1):57–65. doi: 10.31289/simbollika.v7i1.4417.
- Imam Ghozali, Hengky Latan. 2020. *Partial Least Squares SmartPLS 3.0*. Semarang:

BP Universitas Diponegoro.

- Karlina, Gina, dan Retno Setyorini. 2021. "Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Mediator." *Management & Accounting Expose* 1(2):56–65. doi: 10.36441/mae.v1i2.90.
- Kartono, Gizel Gynalda, dan I. Gde Ketut Warmika. 2018. "Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Brand Image." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(12):6473. doi: 10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p04.
- Keifer, G., dan F. Effenberger. 2007. *Marketing Management*. Vol. 12.
- Kemenperin. 2022. Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022. <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>. (diakses 31 Juli 2023).
- Kemenkeu. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/32TAHUN2009UU.HTM>. (diakses 31 Juli 2023).
- Kewakuma, Angeline Stella Ventari, Rofiaty Rofiaty, dan Kusuma Ratnawati. 2021. "The Effect of Green Marketing Strategy on Customer Loyalty Mediated by Brand Image." *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori dan Implementasi* 12(1):1–11. doi: 10.18196/jbti.v12i1.10691.
- Lestari, Hani Budi, dan Defi Insani Saibil. 2022. "Implication Of Relationship Marketing On Loyalty With Brand Image As A Moderation Variable." *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* 14(2):183. doi: 10.24235/amwal.v14i2.11183.
- Marzuki Rahayu, Agustina. 2020. "Praktikum Statistik." Malang: Ahlimedia Press.
- Marliza, Ratnawili, dan Arini. 2021. Pengaruh service excellence, customer experience dan brand trust terhadap customer loyalty (studi kasus pengguna jasa grab di kota bengkulu). *Jurnal ilmiah akuntansi, manajemen & ekonomi islam (jam-ekis)*. 4(2): 394-407
- Mauludi, F. 2021. "Strategi Green Marketing Mix Dalam Meningkatkan Citra Merek Pijakbumi Dan Loyalitas Pelanggan Milenial." *Repository.Uinjkt.Ac.Id* 14–20.
- Mirnasari, Tiar, dan Yuliana Yamin. 2022. "Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Keripik Pisang Di Gang PU Bandar Lampung." *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 2(1):40–44. doi: 10.24967/psn.v2i1.1460.

- Ngatno. 2015. *Analisis Data variabel mediasi dan moderasi dalam riset bisnis dengan program SPSS*. CV.Farisma Indonesia.
- Pertiwi, Bougi Agustarinda Saka, dan Raya Sulistyowati. 2021. “Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(3):1376–83.
- Philip Kotler, dan Gery Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*.
- Putra, I. Wayan Jaman Adi, dan Dessy Pramita Putri. 2019. “The Mediating Role of Relationship Marketing between Service Quality and Customer Loyalty.” *Journal of Relationship Marketing* 18(3):233–45. doi: 10.1080/15332667.2019.1589246.
- Rizqiningsih, Dwitriana Ulfi, dan Arry Widodo. 2021. “Pengaruh Green Marketing dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Starbucks Coffee Kota Surabaya).” *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 12(2):242–56. doi: 10.33059/jseb.v12i2.3351.
- Richeese factory. 2023. PT Richeese Kuliner Indonesia. <https://www.richeesefactory.com/id>. (diakses tanggal 31 Juli 2023)
- Rossolatos, George. 2018. “Brand image re-revisited: a semiotic note on brand iconicity and brand symbols.” *Social Semiotics* 28(3):412–28. doi: 10.1080/10350330.2017.1329973.
- Salsabila, Yasmin, dan Fitri Apriliyanty. 2022. “The Effect of ‘Inclusive Marketing’ Efforts by BLP Beauty Toward Brand Image, Brand Trust, Brand Love and Brand Loyalty.” *Asian Journal of Research in Business and Management* 4(3):504–16. doi: 10.55057/ajrbm.2022.4.3.44.
- Sari, I., dan P. Setiawan. 2017. “Pengaruh Green Marketing Dan Packaging Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6(7):250817.
- Sari, Valencia, dan Purwantoro Purwantoro. 2019. “Pengaruh Dimensi Green Marketing Dan Dimensi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 1(1):1–5. doi: 10.30606/hirarki.v1i1.79.
- Satria, Rezky Dwi. 2018. “Pengaruh Green Marketing Dan Customer Experience Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Starbucks Coffee Di Kota Pontianak).” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1–18.
- Sawitri, I. Gusti Ayu Tara Diani, dan Gede Bayu Rahanatha. 2019. “Pengaruh Green

- Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(8):5267. doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p22.
- Singgih Santoso. 2018. *Konsep dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sihaloho, dan Indawati. 2021. Peran mediasi brand image pada pengaruh green marketing terhadap brand loyalty (Studi Kasus Pada Pelanggan Starbucks Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen* 10(11): 228-240
- Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan. 2020. “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen.*” Yogyakarta: Deepublish.
- Srinandari, Putu Riska Yunita, dan Ni Nyoman Sunariani. 2022. “Brand Image, Customer Experience, Vanity Seeking, Materialism Terhadap Customer Loyalty Dan Repurchase Intention.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 11(03):281. doi: 10.24843/eeb.2022.v11.i03.p04.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suparyanto, dan Rosad. 2020. Pengaruh kualitas pelayanan, brand image (citra merek) dan trust (kepercayaan) terhadap loyalitas pelanggan PT. POS indonesia (persero) kecamatan kapongan kabupaten situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH* 19(1): 48-64
- Syarif, dan Monika. 2016. Brand image sebagai variabel pemoderasi pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas konsumen garuda indonesia. *Bina Ekonomi* 20(2): 99-114.
- Uttari, Ni Luh Widya, dan I. Gusti Ayu Ketut Giantari. 2022. “Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repeat Purchase.” *Buletin Studi Ekonomi* 27(1):101. doi: 10.24843/bse.2022.v27.i01.p09.
- Verma, dan Vannie. 2020. *Green Marketing as a Positive Driver Toward Business Sustainability*. IGI Global book series Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services (AMCRMES)
- Zaky, Muhammad Husnan, dan Ni Made Purnami. 2020. “Green Marketing Mix Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Big Tree Farms Di Lotus Food Services.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9(2):678. doi: 10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p14.