

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimusandi, D., Sudirman, H. A., & Militina, T. (2020). The Impact of Green Marketing and Corporate Social Responsibility on Brand Image, Purchase Intention, and Purchase Decision (Study on The Body Shop in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4), 987-999.
- Agustin, R. D., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(2), 1-10.
- Aji, A., Sudaryanto, & Sriono. (2017). Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek dan Keputusan Membeli Air Mineral Ades pada Mahasiswa di Jember. *SNAPER-EBIS*, 348-352.
- Ariwangsa, I. W., & Wahyuni, L. P. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepuasan Nasahab, Citra Perusahaan dan Ekuitas Merek terhadap Preferensi Merek Bank BPD Bali. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 410-420.
- Balawera, A. (2013). Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 2117-2129.
- Chalimatuz, Nur, K., & Kusuma, R. (2017). The Effect of Green Marketing Through Corporate Social Responsibility and Brand Image on The Purchase Intention of The Body Shop Customers in Malang. *RJOAS*, 5(65), 212-222. doi:10.18551/rjoas.2017-05.27
- Chandra, F., & Tunjungsari, H. K. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk The Body Shop di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(3), 456-461.
- Choiri, M. A., & Nurhadi, M. (2019). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial terhadap Niat Beli dengan Mediasi Citra Merek pada Produk Telkom. *Journal of Business and Banking*, 8(2), 337-350. doi:10.14414/jbb.v8i2.1652
- Dewi, K. A., & Aksari, N. M. (2017). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(11), 6029-6060.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli: Studi pada Produk Kecantikan. *Journal IMAGE*, 8(1), 37-44.

- Hardiani. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Brand Image (Citra Perusahaan) Studi pada PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Makassar. *Jurnal Imiah BONGAYA (Manajemen & Akuntansi)*(XIX), 50-56.
- Haryoko, U. B., & Ali, H. A. (2018). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Merek Ades (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen S1 Reguler C Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang). 178-201.
- Juhairi, M., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) Terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli (Survey pada PT Pabrik Gula Kreet Baru di Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 19-26.
- Khaerunnisa, B. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Minat Beli AMDK Merek Aqua di Kalangan Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. *Jurnal Distribusi Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1-12.
- Kurniadin, A., Hufon, M., & Basalama, M. R. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bima). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 139-154.
- Laksita, E. L., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Green Brand Sebagai Variabel Mediator pada PT Nutrifood Indonesia. *e-Proceeding of Management*, 7(2), 3686-3699.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility di Indonesia. 2(1), 61-66.
- Pratama, I. M., & Kusuma, A. G. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Perilaku Word of Mouth Positif dan Citra Merek Aqua. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(12), 8107-8133.
- Rahman, R. (2009). *Corporate Social Responsibility: Antara Teori Dan Kenyataan*. Media Presindo.
- Reynaldi, A. (2019). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2).
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rezky dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi*, 1(1), 83-100. doi:<https://doi.org/10.30985/ji.v1i1.5>
- Sarah, Y., & Sutar. (2020). Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian. *Jurnal*

Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen, 10(1), 33-47. Diambil kembali dari <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>

- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, 2(3), 398-408.
- Sofyan, M. (2017). Pengaruh CSR Perusahaan terhadap Citra Merek dan Loyalitas Merek. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 1-18.
- Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility : From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suki, N. M., Suki, N. M., & Shahirah, N. (2016). Impact of Corporate Social Responsibility on the Links Between Green Marketing Awereness and Consumer Purchase Intention. *Procedia Economics and Finance*, 262-268.
- Sukma, F. R., Susanto, & Hatmanti, L. T. (2021). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk, dan Brand Image Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 33-42.
- Yahya. (2022). Peran Green Marketing, Green Brand Image terhadap Purchase Intention dengan Green Trust sebagai Variabel Intervening. *JIMBIS: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 21-42.