

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6, 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV. Budi Utama.
- Agustin, R., & Hasyim. (2019). MEMBANGUN NIAT BELI SECARA ONLINE MELALUI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN . *Jurnal Ekonomi*, 10(2).
- Leonardo, A., Oskar, K. B. V., & Sitorus, N. I. B. (2021). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN FOOD AND BEVERAGE BUSINESS. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1).
- Agustina, A., Dolly, F. I., & Widyastuti, I. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswi STIA Setih Setio. *JURNAL STIABENGGKULU:Committe to Administration for Education Qualit*, 1(2), 113.
- Aurellia, A. (2022, May 19). *Peminat Produk Kecantikan Tinggi, Sociolla Buka Cabang Kedua di Bandung* Baca artikel detikjabar, "Peminat Produk Kecantikan Tinggi, Sociolla Buka Cabang Kedua di Bandung. [Www.Detik.Com. https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6084408/peminat-produk-kecantikan-tinggi-sociolla-buka-cabang-kedua-di-bandung](https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6084408/peminat-produk-kecantikan-tinggi-sociolla-buka-cabang-kedua-di-bandung)
- Rahmadhani, A. V., & Widodo, A. (2023). Pengaruh Green Brand Image, Green Brand Trust, Green Brand Awareness dan Green Brand Satisfaction terhadap Purchase Intention pada Konsumen Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3), 394.

- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- B Suryawardani, & A Wulandari. (2019). Green Product: Its Impacts on Environmental Safety and Customer Satisfaction. *International Journal of Engineering & Technology*.
- Alharthey, B. K. (2019). Impact of green marketing practices on consumer purchase intention and buying decision with demographic characteristics as moderator. *International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES* , 6(3).
- Givan, B., & Winarno, S. H. (2019). Green Product Dan Gaya Hidup Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Natural Coffee) . *Jurnal Ecodemica*, 3(1).
- Chrisnathaniel, H., Hartini, S., & Rahayu, S. P. (2021). Analisis Gamification Shopee.com Sebagai Media Pemasaran Terhadap EWOM, Positive Emotion, & Repurchase Intention (Pada Aplikasi Shopee.com). *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS* , 6(1).
- Darmawan, P. A. D. T., Yasa, P. N. S., Wahyuni, N. M., & Dewi, K. G. P. (2022). PENGARUH ELEKTRONIC WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI . *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1).
- Datanesia. (2022, July 28). *10 Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia*. Datanesia.Id. <https://datanesia.id/10-wilayah-e-commerce-terbesar-di-indonesia/>
- Sari, D. M. F. P., & Mitafitrotin. (2020). PERCEIVED PRICE, PRODUCT DESIGN DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK WARDAH DI MARKETPLACE SHOPEE MALL. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* , 5(1), 84.
- Putra, D. H., & Rahmawan, G. (2022). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR VESPA DI SUKOHARJO. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(2), 389.
- Dimilna, R., Nengsih, T. A., & Ningsih, P. A. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ecobag Di Indomaret (Studi Pada Indomaret Nusa Indah Kota Jambi) . *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI* , 1(2).
- 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).

- Masdaini, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 22.
- Sinambela, E. A. S., Azizah, E. I., & Putra, A. R. (2022). The Effect of Green Product, Green Price, and Distribution Channel on The Intention to Repurchasing Simple Face Wash. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2).
- Ellitan, L., Handayani, Y. I., & Bastian, D. (2021). The Impact of Green Marketing Mix and Brand Image on Customer Purchase Intention at Adidas Surabaya. In *International Journal of Trend in Research and Development* (Vol. 8, Issue 3). www.ijtrd.com
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). RELIGIUSITAS, LINGKUNGAN DAN PEMBELIAN GREEN PRODUCT PADA KONSUMEN GENERASI Z. *IQTISHODUNA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 15(1).
- Fatimah, N. F. S., & Setiawardani, M. (2019). PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN THE BODY SHOP KOTA BANDUNG). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1).
- Fazriansyah, Nilam Anggar Sari, & Mawardi. (2022). Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual pada aplikasi pembayaran digital? *JURNAL MANAJEMEN*, 14(2).
- Febriane, R. (2022). Analisis Green Marketing Sebagai Global Strategi the Body Shop. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6).
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *JULI : JURNAL ILMU MANAJEMEN, EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 2(2).
- Genoveva, & Levina, L. (2019). THE GREEN MARKETING MIX: A REVIEW OF CUSTOMERS' BODY SHOP PURCHASE INTENTION. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Ginting, G. M., & Safrin, F. A. (2023). PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PROMOTION, DAN GREEN PERCEIVEDVALUE PRODUK GARNIER TERHADAP MINAT BELI MILENIAL DI KOTA MEDAN. *JURNAL PRICE : Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2).
- Romli, H. M. E. (2019). Kreativitas dan Inovasi Dalam Pemasaran Untuk Mempertahankan dan Mengembangkan Kinerja Merek. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 16(3), 218.

- Sofwan, H., & Wijayangka, C. (2021). Pengaruh Green Product Dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pijakbumi Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 8(5).
- Abdurrasyid, H., & Setiawan, H. M. (2023). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL TERHADAP NIAT BELI PADA PENJUALAN ONLINE YANG DIMEDIASI E-WOM*.
- 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 Dan Bisnis Dewantara*, 2(1), 40.
- Hardani, S. Pd. , M. S., Andriani, H. M. S., Ustiawaty, J. S. Si. , M. S., Utami, E. F. M. Farm. , A., Istiqomah, R. R. M. I. K., Fardani, R. A. S. Si. , M. P., Sukmana, D. J. S. Si. , M. S., & Auliya, N. H. Grad. Cert. B. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Wijaya, H. (2018). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA MOTOR SPORT YAMAHA YZF-R25 DI KOTA CILEGON. *Jurnal InTent*, 1(1), 92.
- Hasman, H. C. P., Lubis, S. M., Salqaura, S. A., Alfito, & Amelia, W. R. (2024). PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WIKSTEA PADA MAHASISWA FAKULTAS KEHUTANAN UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(1).
- Suryawa, I. P. E. S., Wimba, I. G. A., & Dewi, I. A. S. (2022). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman pada Restoran Braga Permai Cabang Bali. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(4), 1085.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.) (2nd ed.). Badan Penerbit Undip.
- Inayati, T., Johan Efendi, M., & Dewi, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(3), 202–209.
- Zikra, I. Z., & Rahmiati, R. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan Produk Kosmetik LT Pro Smooth

- Corrector Cream Foundation Survei pada Mahasiswi Jurusan Tata Rias dan Kecantikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1).
- Iswara, G. A. N., & Santika, I. W. (2019). PERAN CITRA MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM TERHADAP MINAT BELI SEPATU MEREK BATA . *E-Jurnal Manajemen*, 8(8).
- Jasmalinda. (2021). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOTOR YAMAHA DI KABUPATEN PADANG. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2200.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *PERSPEKTIF : Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 97.
- Joseph F. Hair Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, & Soumya Ray. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Kemenko PMK. (2023, August 5). 7,2 Juta Ton Sampah di Indonesia Belum Terkelola Dengan Baik. <https://www.kemenkopmk.go.id/72-juta-ton-sampah-di-indonesia-belum-terkelola-dengan-baik>.
- Hana, K. F. (2019). Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 208–209.
- Mega, K. I., Rukmigarsari, E., & Walida, S. El. (2021). MENENTUKAN UKURAN SAMPEL PENELITIAN DI BIDANG MATEMATIKA PADA SKALA DATA METRIK. *JP3*, 16(1), 99.
- Krisdayanti, & Widodo, A. (2022). Green marketing and purchase intention of green product: The role of environmental awareness. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 5(2).
- ARIYANTI, K., & IRIANI, S. S. (2014). PENGARUH PERSEPSI NILAI DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP NIAT BELI KOSMETIK ORGANIK. *Jurnal Ilmu Manajemen* , 2(4).
- Hasibuan, L. (2022, November 4). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi>
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi>
- Markonah Markonah, & Wahyuningsih, E. (2020). KAMPANYE GO GREEN DENGAN PENDEKATAN GAYA HIDUPDI KAWASAN INDUSTRIKUPA JAWA BARAT. *Jurnal Abdimas Perbanas (JAP)*, 1(1), 13.
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). SAMPLE SIZE FOR SURVEY RESEARCH: REVIEW AND RECOMMENDATIONS. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2).

- Padmalia, M. (2018). DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GREEN LABEL BERDASARKAN GREEN PRODUCT DAN GETOK TULAR. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2), 91.
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Devi, C., & Nainggolan, Y. T. (2022). PENERAPAN STRATEGI GREEN MARKETING DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ekonomika*, 13(1), 4.
- Mushlih, M., & Rosyidah, R. (2020). *BUKU AJAR MATA KULIAH STATISTIKA "Aplikasi di Dunia Kesehatan."* UMSIDA Press.
- Astuti, M. D., Astuti, M., & Sholihah, D. R. (2021). PENGARUH 4P GREEN MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BLOOMKA SKINCARE. *Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1315.
- Ramdhany, M. R. (2019). MENINGKATKAN NIAT PEMBELIAN SECARA ONLINE MELALUI KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4).
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 132.
- Priadana, Prof. Dr. H. M. S., & Sunarsi, M. S. D. S. Pd. , M. M. , Ch. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Pascal Books.
- Agung, Prof. Dr. Drs. A. A. P. , M. S., & Yuesti, Dr. A. SE. , M. (2019). *METODE PENELITIAN BISNIS KUANTITATIF DAN KUALITATIF* (SE. ,MM Dr. I Nengah Suardhika, Ed.; 1st ed.). CV. Noah Aletheia.
- Pushpanathan, A., & Silva, N. K. D. (2020). GREEN MARKETING MIX AND CUSTOMER PURCHASE INTENTION: EVIDENCE FROM TOURIST HOTEL . *SEUSL Journal of Marketing*, 5(2).
- Puspa, A. (2022, February 12). *Pemerintah Terus Dorong Produsen Kurangi Penggunaan Plastik Sekali Pakai* . MediaIndonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/humaniora/473728/pemerintah-terus-dorong-produsen-kurangi-penggunaan-plastik-sekali-pakai>
- Dhari, P. W., Chandra, A. R., & Afifah. (2018). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOLTO ULTRA SEKALI BILAS DI PADANG. *Polibisnis*, 10(2), 3.
- Mustikasari, Q. A., & Silitonga, P. (2023). Increasing MS Glow and MS Glow Men Skincare Purchasing Decisions Through Social Media Interaction. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi Dan Keuangan (JAMBAK)*, 2(1), 71.
- Chairina, R. R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A., & Sularso, R. A. (2023). Dampak Gender pada Pembelian Produk Perawatan Wajah di Negara Beriklim Tropis. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 370.

- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). BUDAYA BELANJA ONLINE GENERASI Z DAN GENERASI MILENIAL DI JAWA TENGAH (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). *Jurnal SCRIPTURA*, 12(1), 60.
- Anggraeni, R., & Harwani, Y. (2021). ANALISIS VARIABEL PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM RABBANI. *TEROPONG: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 10(3), 138.
- Ashaf, R. P., & Antonio, F. (2021). Pengaruh Praktek Manajemen Pada Nurse Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Nurse Loyalty Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Empiris Pada Rumah Sakit Swasta XYZ di Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(2), 237.
- Pratiwi, R. D. , S. K. M. Kes., Dr. Ir. Hj. Marhawati, M. S., Putra, R. S. P. S. K. M. K., Arifin, S. S. M. M., Hasbiah, Dr. Hj. S. , M. S., Nuraisyiah, S. Pd. , M. P., Nurdiana, S. P. , M. S., Nur' Aeni., S. E. , M. S., Fatoni, S. E. , M. M., Astuty, Dr. S. S. M. S., Dahliana, Dr. Ir. Hj. A. B. M., Hasdiansa, I. W. S. E. , M. M., & Nuryadin, Hj. A. A. SKM. , M. K. (2022). *Manajemen Pemasaran*. TAHTA MEDIA GROUP.
- Putra, R. S. E., & Padmantlyo, S. (2023). Pengaruh E-Wom Dan Brand Awareness Terhadap Online Purchase Intention. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 9266–9276.
- Agustin, R., & Hasyim. (2019). MEMBANGUN NIAT BELI SECARA ONLINE MELALUI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN . *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 10(2).
- Romadhany, Y. I., & Hakim, L. (2024). The Effect of Green Marketing on Product Purchasing Decisions with E-Wom as a Mediating Variable. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 141.
- SAP Indonesia. (2020, November 23). *The Body Shop Indonesia: 50% Operasional Bisnis Beralih ke Online*. PRESSRELEASE.Id. <https://pressrelease.kontan.co.id/release/the-body-shop-indonesia-50-operasional-bisnis-beralih-ke-online?page=all>
- Sinay, S. O. (2016). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP SIKAP DAN NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK THE BODY SHOP DALAM FORUM FEMALE DAILY. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Ariffin, S. K., Ariffin, T., & Yen-Nee Goh. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3).
- Silvia Anastasia, & Kriswanto Widiawan. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja, dan Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention di PT. X. *Jurnal Titra*, 11(2).

- Winarno, S. H. (2019). PENGARUH PENERAPAN GREEN ADVERTISING DAN HARGA PREMIUM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 28.
- Putri, S. R., & Amalia, R. (2018). PENGARUH E-WOM TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA SITUS ONLINE SHOPEE. ID. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75–84.
- Stefani, & Maupa, H. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANITARY MEREK ONDA. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 7(2), 320.
- Stevany Febriani. (2019). 49 PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION PADA PRODUK INNISFREE DI JAKARTA DENGAN CONSUMER'S ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3(1), 50.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploitatif, Enterpretif Dan Konstruktif*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (1st ed.). Andi Offset.
- Syafaruddin Z, Suharyono, & Kumadji, S. (2016). PENGARUH KOMUNIKASI ELECTRONICWORD OF MOUTH TERHADAP KEPERCAYAAN (TRUST) DAN NIAT BELI (PURCHASE INTENTION) SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech.Com) . *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 67.
- Sysadmin. (2016, August 13). *Kota Bandung Kampanyekan Pengurangan Penggunaan Kantung Plastik*. [Www.Bandung.Go.Id](http://www.Bandung.Go.Id). <https://www.bandung.go.id/news/read/1505/kota-bandung-kampanyekan-pengurangan-penggunaan-kantung-plastik>
- thebodyshop.co.id. (n.d.). *BRING BACK OUR BOTTLES*. <https://www.Thebodyshop.Co.Id/Blog/Bring-Back-Our-Bottles>. Retrieved January 10, 2024, from <https://www.thebodyshop.co.id/blog/bring-back-our-bottles>
- Damarayudha, T. R., Sadat, A. M., & Febrillia, I. (2023). PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE SEBAGAI VARIABEL MODERATOR:

- SURVEI PADA TOKO FURNITURE MODERN. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 3(2), 309.
- Djaniar, U. (2022). Systematic Literature Review : Green Tourism Marketing Strategy . *Jurnam Manajemen*, 6(2), 595.
- Irvania, V. A., Udayana, I. B. N., & Fadhilah, M. (2022). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, TRUST DAN PERCEIVED RISK TERHADAP PURCHASE INTENTION PENGGUNA SHOPEE. *JURNAL AKMENIKA* , 19(1), 623.
- Yusniawati, V., & Prasetyo, A. (2022). The Effect of E-WOM and Brand Image on Online Purchase Intention of Muslim Fashion in Millenials in Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1).
- Thoibah, W., Arif, M., & Harahap, R. D. (2022). Implementasi Green Marketing Pada UMKM Upaya Memasuki Pasar Internasional (Studi Kasus pada Ceabrush Indonesia). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(3), 799.
- Ningsih, W., Kamaludin, M., & Alfian, R. (2021). Hubungan Media Pembelajaran dengan Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran PAI di SMP Iptek Sengkol Tangerang Selatan. *Jurnal Tarbawi*, 6(1), 82.
- Waluyo, D. (2023, December 3). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>
- Ardani, W. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 43.
- Yahya. (2022). PERAN GREEN MARKETING, GREEN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN GREEN TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING . *JIMBis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 20.
- Widiarti, Y. (2018, August). *Apa yang Penting buat Wanita soal Dandan? Ini Hasil Surveinya*. Tempo. <https://cantik.tempo.co/read/1119163/apa-yang-penting-buat-wanita-soal-dandan-ini-hasil-surveinya>
- Janah, Y. K., & Nugroho, R. H. (2023). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA PRODUK BRAND AVOSKIN (STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA SURABAYA). *JEAM*, 22(1), 89.
- Ikramayosi, Y. K., Jemadi, & Dwiyanto, B. S. (2022). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN THE BODY SHOP. *JEMBA Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 725.
- Putri, Y. A., & Silitonga, P. (2022). MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI MCDONALD'S KELAPA DUA DEPOK. *HUMANTECH : JURNAL ILMIAH MULTIDISPLIN INDONESIA*, 1(12).

Pramisti, Z. A., Kristiyana, N., & Widhianingrum, W. (2022). PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN KFC LAWU PLAZA MADIUN. *SIBATIK JOURNAL*, 1(9).