

DAFTAR PUSTAKA

- Albashori, M. F., & Nugroho, H. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt Puriland Development Nasional Purworejo Tahun 2022. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 21–40. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i1.560>
- Ardiana, I. N., & Rafida, V. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Skincare Avoskin (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 253–261. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/55344%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/55344/44065>
- Artikel Citra 10 September*. (n.d.).
- Basuki, R. A., & Nurafni, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Holland Bakery Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Masyarakat Sunter Jakarta Utara*. 1–15. www.hollandbakery.co.id,
- Fitriani, D., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Moderasi Brand Image terhadap Hubungan antara Promosi dan Loyalitas pada Pelanggan ShopeeFood di Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 39–49. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.704>
- Gani, I. S., Pane, D., & Amansyah, F. (2022). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Produk Avoskin (Studi Kasus Pada Followers Akun Twitter @Avoskinbeauty). *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(2), 71. <https://doi.org/10.31963/jba.v2i2.3776>

- Karlina, G., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Mediator (Studi Pada Innisfree Bandung). *Management & Accounting Expose*, 1(2), 56–65.
- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). Green Marketing dan CSR Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33141>
- McCormick, L. (2019). Product liability. *The Law and Autonomous Vehicles*, 1(2), 34–46. <https://doi.org/10.4324/9781315268187-4>
- Papadas, K. K., Avlonitis, G. J., Carrigan, M., & Piha, L. (2019). The interplay of strategic and internal green marketing orientation on competitive advantage. *Journal of Business Research*, 104(July), 632–643. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.009>
- Rinaldi, M., & Nanang Prayudyanto, M. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan*, 1(1), 2021.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.