

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Apriany, A., Gendalasari, G. G., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105-114.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian wisatawan Yogyakarta pada produk oleh-oleh Jogja Scrummy. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 1-9.
- Dewi, S. P., Kusuma, H., & Rahayu, T. (2023). Brand image dan keputusan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 67–80.
- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 130-142.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 176-188.
- 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 & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37-44.
- Hidayat, R., & Farida, N. (2021). Pengaruh celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian produk kecantikan. *Jurnal Pemasaran dan Digitalisasi*, 10(2), 45–57.
- Huang, H., Liao, C., Wang, Y., & Lin, T. (2020). The influence of greenwashing perception on green purchase intentions: The mediating role of green brand image. *Sustainability*, 12(3), 1015. <https://doi.org/10.3390/su12031015>
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Makatumpias, D., Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (2018). Pengaruh Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dimanado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370-1385.
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Nilammadi, W. O. M. (2021). Hubungan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Nugroho, R., & Prasetya, F. (2024). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap brand image produk kecantikan. *Jurnal Riset Bisnis*, 9(2), 45–60.
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 77-87.
- Pemasaran*, 11(1), 30–44.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Pratiwi, N. P. (2022). Pengaruh kesadaran lingkungan dan persepsi produk hijau terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 19(2), 45–58.
- Pratiwi, S. N., Santoso, H. B., & Wijaya, M. (2023). Analisis efektivitas celebrity endorsement dalam meningkatkan keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*
- Putri, M. A., & Santoso, H. B. (2022). Pengaruh brand image dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk skincare. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 102–115.

- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504-514.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25-29.
- Rahman, M. A., & Wijayanti, D. (2021). The influence of brand image on consumer purchase decision in the beauty industry. *Journal of Consumer Marketing Research*, 7(3), 88–99.
- Rahmawati, A., Setiawan, B., & Hidayat, R. (2021). Green product dan green brand image terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(1), 99–110.
- Rahmawati, D., & Setiawan, R. (2022). The impact of celebrity endorsement on consumer buying decision: A study in the beauty industry. *Journal of Consumer Behavior*, 8(3), 75–90.
- Ramadhan, F., & Putra, Y. (2023). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan*. *Jurnal Ekonomi Hijau*, 5(1), 20-35.
- Safitri, D. (2022). *Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Lokal*. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 9(2), 88-97.
- Safitri, L., Wicaksono, R., & Dewi, F. (2022). The role of celebrity endorsement in building brand loyalty: A study on beauty products. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 50–65.
- Sari, D. A., & Nugroho, R. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk hijau di kalangan milenial. *Jurnal Manajemen Keberlanjutan*, 11(1), 78–90.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Sintani, L. (2016). *Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Kota Semarang*. *Jurnal Inobis*, 1(1), 1–10.
- Solomon. (2019). "Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition.". *Journal Of Chemical Information and Modeling*.
- Sutarso, Y. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasinya dalam Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Wibowo, A. (2021). *Citra Merek dan Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Ritel*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 67-80.

- Widyaningrum, T., Prasetyo, A., & Nugraha, D. (2024). Celebrity endorsement and consumer buying decisions: The role of trust and attractiveness. *International Journal of Marketing Research*, 12(2), 60–78.
- Wijayanti, M., Putra, A. R., & Lestari, P. (2023). Dampak kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian produk hijau: Studi pada konsumen di Indonesia. *Jurnal Riset Pemasaran*, 8(2), 112–125.
- Wulandari, R., & Miswanto, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 224-242.