

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Meilia Qurrota. "Memahami Generasi Z: Tantangan, Perilaku, dan Peluang." [gorontalo.kab.bps.go.id](https://gorontalo.kab.bps.go.id/id/news/2025/02/05/30/memahami-generasi-z-tantangan--perilaku--dan-peluang.html), 2025. <https://gorontalo.kab.bps.go.id/id/news/2025/02/05/30/memahami-generasi-z-tantangan--perilaku--dan-peluang.html>.
- Adam, Mochammad Riyadh Rizky, Tessa Handra, dan Mohammad Annas. "Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing)." *Technomedia Journal (TMJ)* 7, no. 2 (2022): 189–201. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2> Oktober.1905.
- Ailmi, Titissari, dan Lativa Hartiningtyas. "Pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Pia Ethes Trenggalek." *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* 1, no. 5 (2022): 488–497.
- Albino, Vito, Azzurra Balice, dan Rosa Maria Dangelico. "Environmental Strategies and Green Product Development: An Overview on Sustainability-Driven Companies." *Business Strategy and the Environment* 18, no. 2 (2009): 83–96. <https://doi.org/10.1002/bse.638>.
- Amalia, Rachmi, Bagas Pratama, Ali Komarudin, dan Soesanty Maulany. "How Green Product and Green Promotion Factors to Consider in Purchasing Decision?" *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences (IJHES)* 4, no. 1 (2024): 266–275. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v4i1.1056>.
- Amdhani, Rian, Eka Erma Wati, dan Kelik Purwanto. "Analisis Promosi, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Beat Oleh Mahasiswa UNDHARI." *Jurnal Manajemen Dewantara* 6, no. 3 (2022): 281–291.
- Amrita, Nyoman Dwika A., Tjokorda G. A. W. K. Suryawan, I Dewa A. A. E. Idayanti, C. I. A. V. N. Putri, I. P. A. Suwastawa, Y Boari, Fauzan Daffa, dan Loso Judjianto. *GREEN MARKETING (Dunia Baru dalam Dunia Marketing)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Andrian, Christophorus Indra Wahyu Putra, Jumawan, dan M. Fadhli Nursal. *Perilaku Konsumen*. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandiri, 2022.

Anshori, Muslich, dan Sri Iswati. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP), 2009.

apjii.or.id. “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.

Ariestania, Adinda Rizki, dan Andhy Tri Adriyanto. “Green Marketing dalam Membentuk Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 25, no. 2 (2024): 159–176. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7490081>.

Arora, Naveen Kumar, dan Isha Mishra. “Responsible Consumption and Production: A Roadmap To Sustainable Development.” *Environmental Sustainability* 6, no. 1 (2023): 1–6. <https://doi.org/10.1007/s42398-023-00266-9>.

Arum, Lingga Sekar, Amira Zahrani, dan Nickyta Arcindy Duha. “Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030.” *ASRJ: Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72.

Azmi, Ulul, dan Mikrad. “The Effect of Eco-Labeling, Green Promotion, and Brand Image on Purchasing Decisions of Greenfields Milk.” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2025): 849–864. <https://doi.org/10.36085/jam-ekis>.

Compas. “10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace,” 2022. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>.

D’Souza, Clare, Mehdi Taghian, Peter Lamb, dan Roman Petretiatkos. “Green Products and Corporate Strategy: An Empirical Investigation.” *Society and Business Review* 1, no. 2 (2006): 144–157. <https://doi.org/10.1108/17465680610669825>.

Dangelico, Rosa Maria, dan Daniele Vocalelli. ““Green Marketing’: An Analysis of Definitions, Strategy Steps, and Tools Through A Systematic Review of The Literature.” *Journal of Cleaner Production* 165 (2017): 1263–79. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.07.184>.

Darma, Budi. “Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2).” Guepedia, 2021.

- Davari, Arezoo, dan David Strutton. "Marketing Mix Strategies For Closing The Gap Between Green Consumers' Pro-Environmental Beliefs and Behaviors." *Journal of Strategic Marketing* 22, no. 7 (2014): 563–586. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2014.914059>.
- Diglel, Aman, dan Rashad Yazdanifard. "Green Marketing: It's Influence on Buying Behavior and Attitudes of the Purchasers towards Eco-Friendly Products." *Global Journal of Management and Business Research* 14, no. 1 (2014).
- Fahrillah, Ahmad, M. Edo Kurniawan, Chulil Barory, dan Dewi Mumpuni Yudowati. "Green Generation: Inisiasi Gen Z dalam Membangun Revolusi Green Economy Bidang Pangan." *DIES: Dalwa Islamic Economic Studies* 4, no. 1 (2025): 48–60. <https://doi.org/10.38073/dies.v4i1.3342>.
- Fajriyani, Corina. "Why Indonesia's Beauty Market Is Growing Faster Than Ever." Kantar, 2025. <https://www.kantar.com/inspiration/fmcg/why-indonesia-s-beauty-market-is-growing-faster-than-ever#:~:text=This growth has been driven,in keeping the market expanding>.
- Fatimah, Nanda Fitria Siti, dan Maya Setiawardani. "Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Kota Bandung)." *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* 10, no. 1 (2019): 1089–1101. <https://doi.org/10.35313/irwns.v10i1.1469>.
- Febrianti, Sheilla Yullia, Adam Hermawan, dan Rangga Gelar Guntara. "Analisis Pengaruh Content Marketing dan Green Marketing terhadap Purchase Decision pada Brand Skincare Avoskin Beauty." *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)* 2, no. 1 (2024): 1072–1080. <https://doi.org/10.70248/jmie.v2i1.1146>.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Guspul, Ahmad. "Pengaruh Strategi Green Marketing pada Bauran Pemasaran dan Citra Merk terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Herbalife (Studi Kasus pada Club Sehatway di Wonosobo)." *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2018): 107–122. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i1.455>.

- Handayani, Wiwik, dan Rendra Abdi Prayogo. "Green Consumerism: An Eco-Friendly Behaviour Form Through The Green Product Consumption and Green Marketing." *Sinergi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 7, no. 2 (2017): 25–29. <https://doi.org/10.25139/sng.v7i2.364>.
- Hawe, Dodo. "Tahun 2025 Belanja Kecantikan di Indonesia Bisa Mencapai 262 Triliun." *Kita Indonesia Satu*, 2024. <https://www.kitaindonesiasatu.com/bisnis/tahun-2025-belanja-kecantikan-di-indonesia-bisa-mencapai-262-triliun/>.
- Hulu, Yohanes Wellman, Syah Abadi Mendrofa, Nov Elhan Gea, dan Kurniawan Sarototonafo Zai. "Analisis Promosi Hubungannya dalam Peningkatan Penjualan Pada CV. Bintang Keramik Gunungsitoli." *Jurnal EMBA* 11, no. 3 (2023): 807–819.
- Indartini, Mintarti, Mutmainah. *Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. Klaten: Penerbit Lakeisha, 2024.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Irsalina, Nadia, dan Heni Susilowati. "Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware." *Jurnal Sosial Manajemen Ekonomi (DINAMIKA)* 3, no. 1 (2023): 41–51. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i1.268>.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki, et al. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Išoraitè, Margarita. "Brand Image Theoretical Aspects." *IJBE: Integrated Journal of Business and Economics* 2, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.33019/ijbe.v2i1.64>.
- Keller, Kevin Lane, dan Vanitha Swaminathan. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Strategic Brand Management*. Fifth Edit. Harlow: Pearson Education, 2020.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

Kirgiz, Ayca Can. *Green Marketing: A Case Study of The Sub-Industry in Turkey*. London: Palgrave Pivot, 2016.

Kompas. “Di Balik Ancaman Limbah Skincare dan Kosmetik, Ini yang Bisa Kita Lakukan,” 2021. <https://www.kompas.com/parapuan/read/532809004/di-balikancamanlimbah-skincare-dan-kosmetik-ini-yang-bisa-kita-lakukan>.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.

Lailatul, Mubarakhah, Danu Purnomo, dan Alvianto Wahyudi Utomo. “Sustainable Beauty: Pengaruh Green Product, Green Marketing, dan Brand terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan.” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4, no. 3 (2024): 2062–2075. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10707>.

Lestari, Ayu, Edy Nursanta, Widiyarsih, dan Siti Masitoh. “Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion terhadap Keputusan Pembelian Tumbler Starbucks Tangerang.” *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Auditing* 4, no. 1 (2023): 275–288. <https://doi.org/10.56696/jaka.v4i1.8365>.

Lina Estyani, Ni Made, Ni Wayan Eka Mitariani, dan I Gede Yudhi Hendrawan. “Pengaruh Environmental Awareness, Green Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Aqua di Kabupaten Badung.” *Jurnal EMAS* 5, no. 4 (2024). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/9488>.

Lubis, Agus Salim, dan Ricka Handayani. *Generasi Z dan Entrepreneurship: Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha*. Bogor: Bypass, 2022.

Mailinda, Mochammad Fauzul Haq, dan Dewi Novianti. “Pengaruh Pesan Kampanye #LoveAvoskinLoveEarth di Instagram @avoskinbeauty terhadap Brand Image Avoskin.” *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan* 27, no. 2 (2023): 354–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/paradigma.v27i2.10209>.

Makatumpias, Desriani, Silcyljeova Moniharapon, dan Hendra N. Tawas. “Pengaruh Green Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6, no. 4 (2018): 4063–4072.

- Mulyono, Agus, dan Danang Sunyoto. "Dampak Green Marketing, Kesadaran Lingkungan, dan Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen Produk Ramah Lingkungan Di Yogyakarta." *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 4, no. 3 (2025): 2629–2643. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i3.8883>.
- Nafiah, Uliati, dan Risdiana Himmati. "Pengaruh Marketing Mix, Lifestyle, dan EWOM terhadap Brand Image Perusahaan Provider Telekomunikasi di Indonesia Era Digitalisasi Ekonomi : Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Prodi MBS FEBI UIN SATU Angkatan 2018." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2023): 1700–1710. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1831>.
- Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional, 2008.
- Nasution, Lily Nur Indah Sari, Siti Alhamra Salqaura, dan Haryaji Catur Putera Hasman. "Pengaruh Green Product dan Green Promotion terhadap Keputusan Pembelian Tupperware pada Masyarakat di Kecamatan Tapan Dolok." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 5 (2023): 7487–7501. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2697>.
- NielsenQ. "Are Companies Transparent Enough in Their Sustainability Initiatives to Meet Shopper Needs?," 2022. <https://nielseniq.com/global/en/insights/report/2022/brandbank-are-companies-transparent-enough-in-their-sustainability-initiatives/>.
- Nur, Muhammad Ilham, Natasha Fraiskam, Renti Friska Pangaribuan, dan Edo Clarita Samad. "Persetujuan Lingkungan dalam Undang-Undang Cipta Kerja dan Dampak dari UU Ciptaker Bagi Lingkungan." *Jurnal Syntax Admiration* 2, no. 12 (2021): 2352–2366. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i12.362>.
- Ottman, Jacquelyn A., Edwin R. Stafford, dan Cathy L. Hartman. "Avoiding Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Products." *Environment: Science and Policy for Sustainable Development* 48, no. 5 (2006): 22–36. <https://doi.org/10.3200/ENV.48.5.22-36>.
- Pamungkas, Tri Krisna, M. Ridwan Basamalah, dan Budi Wahono. "Pengaruh Green Product, Green Promotion dan Green Price terhadap Keputusan Pembelian Konsumen McDonald's Malang (Studi Kasus pada Konsumen McDonald's Malang)." *Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 1 (2023): 1841–1850.

- Peattie, Ken. "Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing." *The Marketing Review* 2, no. 2 (2001): 129–146.
- Perdana, Nabil Rangga, dan Arry Widodo. "Pengaruh Green Product & Brand Image terhadap Purchase Decision pada Brand Pijak Bumi dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening." *EProceedings of Management* 12, no. 4 (2025): 1–14.
- Polonsky, Michael Jay. "An Introduction To Green Marketing." *Electronic Green Journal* 1, no. 2 (1994). <https://doi.org/10.5070/g31210177>.
- Prakash, Aseem. "Green Marketing, Public Policy and Managerial Strategies." *Business Strategy and the Environment* 11, no. 5 (2002): 285–297. <https://doi.org/10.1002/bse.338>.
- Pratama, Haris Rizqi, Siti Asiyah, dan Alfian Budi Primanto. "Pengaruh Green Product, Green Promotion, dan Green Price terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee Malang (Studi Kasus pada Konsumen Starbucks Coffee Malang)." *E-Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 1 (2023): 1484–1493.
- Putripeni, Mayang Pradma, Suharyono, dan Andriani Kusumawati. "Pengaruh Green Marketing terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang )." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 10, no. 1 (2014): 1–10.
- Ratri, Resita Sekar, dan Willy Arafah. "Pengaruh Kesenjangan Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan terhadap Sebab-Akibat dalam Pemasaran di Industri Kosmetik." *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Manajemen (JASMIEN)* 4, no. 4 (2024): 249–261. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v5i01.523>.
- Reuben, Gerald Vijay, P. Anand Kumar, Pratheep K, Ekta Mishra, dan Sanjay Kumar Barik. *Green Marketing. The Marketing Book: Sixth Edition*. India: Infinity Publication, 2023. <https://doi.org/10.4324/9780080942544>.
- Ridwan, Akbar. "Banyak Gen Z dan Milenial Mau Bayar Lebih untuk Produk Ramah Lingkungan." Databoks, 2025. <https://databoks.katadata.co.id/isu-global/statistik/682c47b546cff/banyak-gen-z-dan-milenial-mau-bayar-lebih-untuk-produk-ramah-lingkungan>.
- Rindang, Kurnianto, Eva Dolorosa, dan Maswadi. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Buah-Buahan pada Saat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat di Kota Pontianak." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* 23, no. 1 (2024): 36–52.

<https://doi.org/10.14710/jspi.v23i1.36-52>.

Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. “Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen).” Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Sari, Deswita, Suropto, dan Nur Efendi. “Pengaruh Green Product, Green Promotion, dan Green Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Bandar Lampung.” *Indonesian Journal of Digital Business* 5, no. 2 (2025): 25–42.

Sinaga, Anisa Silvia, Desliana Lubis, Gustini Renti Lidia Siburian, Putri Ayu Pratiwi, dan Sri Wulan Dari. “Literasi Digital dan Kesadaran Konsumen Generasi Gen Z : Perspektif Kewarganegaraan dalam Penggunaan Skincare Tidak BPOM.” *JPKP: Jurnal Pendidikan Kurikulum dan Pembelajaran* 1, no. 2 (2025): 75–79. <https://doi.org/10.57235/jpkp.v1i2.7230>.

Sodik, Muhammat Fajar, Henny Welsa, dan Putri Dwi Cahyani. “Pengaruh Electronic-Word of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Decision dan Buying Interest sebagai Variabel Intervening pada Sepatu Adidas di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)* 13, no. 5 (2024): 1535–1547. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i05.35804>.

Statistik, Badan Pusat. “Hasil Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS 2025),” 2026.

Suarnitha, Ni Putu Early Pradnya, Ni Putu Bayu Antari Widhi, dan Ni Luh Made Ayu Mirayani Pradnyadar. “Pengaruh Green Product, Green Packaging dan Green Promotion terhadap Purchase Decision pada Produk Sensatia Botanical Bali.” *Nata Palemahan: Journal of Environmental Engineering Innovations* 1, no. 1 (2024): 21–32. <https://doi.org/10.38043/natapalemahan.v1i1.5319>.

Subagiyo, Rokhmat. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim’s Publishing, 2017.

Subagiyo, Rokhmat. “Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung.” *MALIA*: 8, no. 1 (2017): 1–20. <https://doi.org/10.35891/ml.v8i1.360>.

Subagiyo, Rokhmat, dan M. Aqim Adlan. “Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty.” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 13, no. 1 (2017): 1–15. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1567>.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukandar, Clara Aprilia. “Kisah Perjalanan Avoskin, Brand Skincare Lokal yang Sukses Hadirkan Rangkaian Perawatan Berkualitas untuk Wanita Maupun Pria.” Olenka.id, 2024. <https://olenka.id/kisah-perjalanan-avoskin-brand-skincare-lokal-yang-sukses-hadirkan-rangkaian-perawatan-berkualitas-untuk-wanita-maupun-pria>.
- Sumarmata, Hengki Mangiring Parulian, Erika Revida, Iskandar Kato, Hijrayanti Sari, dan Sudung Simatupang. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Susilo, Trigus D. “Kelompok Gen Penduduk Tulungagung Tahun 2025 Didominasi Usia Produktif.” *Kabar Tulungagung*, 2026. <https://kabartulungagung.com/kelompok-generasi-penduduk-tulungagung-tahun-2025>.
- Syahbandi. “Implementasi Green Marketing Melalui Pendekatan Marketing Mix , Demografi dan Pengetahuan terhadap Pilihan Konsumen (Studi The Body Shop Pontianak).” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2012): 68–86.
- Telaumbanua, Berkat Prima, dan Aprinawati Aprinawati. “Pengaruh Green Product, Green Price, Green Promotion, dan Green Place terhadap Keputusan Pembelian Produk SENJI di Kota Medan.” *ProBisnis: Jurnal Manajemen* 16, no. 6 (2025): 1822–1830.
- Tiwari, Sandeep, Durgesh Mani Tripathi, Upasana Srivastava, dan P K Yadav. “Green Marketing - Emerging Dimensions.” *Journal of Business Excellence* 2, no. 1 (2011): 18–23.
- Veron, Subastian, dan Eko Agus Alfianto. “Pengaruh Green Product, Green Marketing, dan Green Price terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak Berbasis Limbah Roti (Studi pada Konsumen UD Syafa Abadi).” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 6, no. 6 (2025): 79–95. <https://doi.org/10.37385/msej.v6i6.8294>.
- Wada, Fauziah Hamid, Anna Pertiwi, Mara Imbang S. Hasiolan, I Gede Iwan Sudipa, Jonherz S. Patalatu, Ferdinan, Jayanti Puspitaningrum, Erlin Ifadah, dan Abd. Rahman. *Buku Ajar Metodologi Peneliian*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

Wibowo, Agung Edy. *Metode Penelitian: Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Penerbit Insania, 2021.

Yuliani, Ma'rifah, Ahmadi Hasan, dan Jalaluddin Jalaluddin. "Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan Limbah Kosmetik di Indonesia Pendekatan Lingkungan dalam Maqasid Syariah Kontemporer (Hifdzu Bi'Ah)." *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 8, no. 1 (2025): 1776–86. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.41997>.

Yuniari, Luh Putri, dan Gede Bayu Rahanatha. "Pengaruh Green Product, Healthy Lifestyle, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Mie Lemonilo di Kota Denpasar)." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4, no. 5 (2024): 1397–1416. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.14873>.

Zhang, Yi. "The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review." *Open Journal of Business and Management* 03 (2015): 58–62. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>.