



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

1. Abdullah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. CV Andi Offset.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. CV Pradina Pustaka Grup
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Undip.
- Hendra, Yanti, R., Nuvriasari, A., Harto, B. (2020). *GREEN MARKETING FOR BUSINESS Konsep, Strategi & Penerapan Pemasaran Hijau Perusahaan berbagai Sektor*. Badan Penerbit PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Muhyi, M., Hartono, Budiyo, S. C., Satianingsih, R., Sumardi, Rifai, I., Zaman, Q., Astutik, E. P., & Fitriatien, S. R. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN*. Adi Buana University Press.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.

JURNAL

- Adnyana, I. B. R. K., & Santika, I. W. (2021). *Pengaruh Mediasi Brand Image Pada Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Loyalty*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 10(11), 1161–1180.
- Berliana Bhaswara, Y., & Dwijayati Patrikha, F. (2021). *Pengaruh green marketing dan brand image terhadap loyalitas konsumen*. In AKUNTABEL (Vol. 18, Issue 3).
- Dinda, Y. (2020). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GUARDIANHEALTH & BEAUTY RETAIL*. Jurnal Manajemen & Bisnis Madani, 2.
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aman, M., & Hasda, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Feriyanto, W., & Kholis, N. (2022). *Pengaruh Brand Image, Islamic Store Atmosphere Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening*. KONSTELASI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU)



Haryadi, I., & Syharuddin, S. (2023). *The Impact Of Brand Image and Promotion on Customer Loyalty*. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam, 5(1), 51–67. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v5i1.148.51-67>

Huda, N. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SCUTER MATIC YAMAHA DI MAKASAR*. Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2(1).

Irfansius, K., Carunia, D., & Firdausy, M. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY SICEPAT DI JABODETABEK*. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 3(4), 1076–1086.

Kewakuma, A. S. V., Rofiaty, R., & Ratnawati, K. (2021). *The Effect of Green Marketing Strategy on Customer Loyalty Mediated by Brand Image*. JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.18196/jbti.v12i1.10691>

Kristanto, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi Karsan Bandung*. Jurnal Ilmu Manajemen, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>

Lepojević, V., & Đukić, S. (2018). *FACTORS AFFECTING CUSTOMER LOYALTY IN THE BUSINESS MARKET - AN EMPIRICAL STUDY IN THE REPUBLIC OF SERBIA*. Facta Universitatis, Series: Economics and Organization, 245. <https://doi.org/10.22190/fueo1803245l>

Mahendra, D. F., Kriestian, A., & Nugraha, 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.

Melisa. (2023). *Analisis Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen*. Business Management Journal, 19(1), 33. <https://doi.org/10.30813/bmj.v19i1.3612>

Nguyen–Viet, B., & Anha, T. N. (2022). *Green Marketing Functions: The Drivers of Brand Equity Creation in Vietnam*. Journal of Promotion Management, 28(7), 1055–1076.

Rohmanuddin, & Suprayogo Arif, H. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS PADA BISNIS RITEL PAKAIAN “STING” CABANG KEDOYA GREEN GARDEN)*. Jurnal Bina Manajemen, 10(2), 78–89.

Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). *Pengaruh Green Marketing dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukin*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 11(3), 305–312.

Satria R. D. (2018). *Pengaruh Green Marketing Dan Customer Experience Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Starbucks Coffee Di Kota Pontianak)*. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1–18.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Savitri, S., & Malena, N. (2023). *Pengertian Green Marketing*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 11(3).

Sawitri, I. G. A. T. D., & Rahanatha, G. B. (2019). *Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(8), 5267. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p22>

Sorongan, S., Lopian, J., & Soepono, D. (2022). *ANALYSIS OF GREEN MARKETING IN UNSRAT MICRO, SMALL ANDK MEDIUM ENTERPRISES ON CONSUMER PURCHASE DESICISIONS*. In 330 Jurnal EMBA (Vol. 10, Issue 1).

Trinanda, R., & Saputri, M. E. (2021). *Pengaruh Green Marketing dan Packaging terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Starbucks di kota Bandung The Effect of Green Marketing and Packaging on Brand Image and Customer Loyalty to Starbucks Consumers in Bandung*. E-Proceeding of Management, 8(5), 6039–6053.

Veronika, & Nora Pitri, N. (2022). *Pengaruh Promosi, Atribut Produk dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 11(4), 371–377.

Wirandika, A. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek (Corporate Image, User Image, dan Product Image) Terhadap Brand Loyalty Pada PT. Garuda Indonesia Tbk di Jakarta*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBS Jakarta.

Yusina, T. (2023). *DAMPAK CITRA MEREK DAN BRAND AWARENESS BAGI LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN WARDAH DI KOTA SURABAYA*. 11.

WEBSITE

Aditiya, Ii. M. (2023). *Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia*. Goodstats <https://goodstats.id/infographic/layanan-ojek-Online-pilihan-masyarakat-indonesia-jbPbU>

Gojek (2021), <https://www.gojek.com/en-id/gogreenercarbonoffset>

Muhamad, N (2023) *Menteri LHK: Polusi Udara Jabodetabek Banyak Berasal dari Kendaraan dan PLTU* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/29/menteri-lhk-polusi-udara-jabodetabek-banyak-berasal-dari-kendaraan-dan-pltu>

Mutia, A. (2022). *Bukan Ojol, Ini Moda Transportasi Mayoritas Warga Indonesia*. Databoks. Katadata.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/bukan-ojol-ini-moda-transportasi-mayoritas-warga-indonesia>

Pahlevi, K (2021). *Gogoro, Inovator Sistem Penggantian Baterai Cepat Untuk Motor Listrik*. <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/6389600e35bd6/gogoro-inovator-sistem-penggantian-baterai-cepat-untuk-motor-listrik>



Pratama, K. R. (2021). Konsumen Gojek Disebut Loyal Meski Tak Ada Promo. Kompas.Com.

<https://tekno.kompas.com/read/2021/10/21/18020017/konsumen-gojek-disebut-loyal-meski-tak-ada-promo>.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.