

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ngurah Ardiawan, K., & Eka Sari, M. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada*.
<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355><http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731><http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269><http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>
- Aprilianti, Bachri, N., Biby, S., & Muchsin. (2023). Green Marketing Dan Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(1), 110.
<http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/6739><http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/viewFile/6739/3726>
- Debora Mansawan, R., & Muninghar. (2024). *Pengaruh Profitabilitas Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur* ... 2(1), 121–127.
<http://repository.stei.ac.id/5694/>[http://repository.stei.ac.id/5694/3/bab II.pdf](http://repository.stei.ac.id/5694/3/bab%20II.pdf)
- Efendi, M. Y., Putri, I. E. E. F., Taqwima, A. P., Subroto, A. A., & Mashudi, M. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Physical Evidence, Experimental Marketing Dan Wom Communication Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Bosque Coffee). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1), 80–81. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3538>
- Ester Kalangi, M. H., & Theodora, H. (2023). *Strategi Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Cabang Maumere*.
- Fadhilah, D. R., Muzzamil, F., & Wustari, L. (2024). *Kualitas Pelayanan Sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan Restoran A*. 3(3), 1503.
- 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>
- Haneemsipatma, A., & Jufrizen. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi Pendahuluan Kehidupan manusia di zaman sekarang sangat. *Universitas Utara, Sumatera*, 13(2), 199–214. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i2.7194>

- Isrofa, L., & Kussudyarsana. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Brand Image dan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 658–677.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Jamaludin, J. (2018). Analisa Perhitungan Dan Pemilihan Load Cell Pada Rancang Bangun Alat Uji Tarik Kapasitas 3 Ton. *Motor Bakar : Jurnal Teknik Mesin*, 2(2), 22–25. <https://doi.org/10.31000/mbjtm.v2i2.2719>
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421>
- Kanom, Wibowo, T. A., Rusmawan, P. N., & Wijayanti, D. (2023). *Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Di Warung Sego Tempung Mbok Wah Banyuwangi*. 1, 61.
- Kencana, P. N., & Wahidah, N. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Busana Muslim Preview Cabang ITC Depok. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 38.
- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 284. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761>
- Khoirunnisa, N., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh Harga dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Berulang dengan Perilaku Pembelian Impulsif Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna GoFood di Kota Bandung). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3667–3675. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.848>
- Krisnawati, W., & Muksin, N. N. (2023). *Pengaruh Special Event “One Memorable Day With Oh Sehun” Terhadap Brand Image Skincare Withlab (Survey pada Pengunjung Special Event “One Memorable Day with Oh Sehun”)*. 2(2), 235. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.954>
- Lady, & Jessy. (2024). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Produk Skincare Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z*. 18(7), 1865.
- Manongko, & Allen. (2018). Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior). In *Manado: Yayasan Makaria*.

- Mardona, A., Sutarjo, A., & Dwi Anggraini, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Sukabumi. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.52851/wt.v2i2.36>
- Maulida, N., Periyadi, P., & Junaidi, J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cinnamon Coffee And Eatery. *Maisyatuna*, 5(2), 55. <https://doi.org/10.53958/mt.v5i2.473>
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesyra (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/jesyra.v5i1.628>
- Ngatno. (2018). Buku Manajemen Pemasaran BARU.pdf. In *EF Press Digimedia* (hal. 1–292).
- Nuzulia, A. (2018). Metode Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*.
- Priyanto, R. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 898–906.
- Putra Maha Segara Andre, Ali Hapzi, & Nursal Fadhli M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pembelian Ulang Umkm Pecel Lele Yopi Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 1223.
- Rahayu Hidayati, R. P., & Khuzaini. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Word Of Mouth Pada Lektang Gallery Malang. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 12(1), 8.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Rifai, A. (2015). Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-Sem) Untuk Mengukur Ekspektasi Penggunaan Repositori Lembaga (Pilot Studi Di Uin Syarif Hidayatullah Jakarta). *Al-Maktabh*, 14, 56–65.

- Rifqi Hermawan, M. D., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2024). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Showroom Mobil Surya Medal Group di Kabupaten Tasikmalaya*. 3(4), 75.
- Safrina, W. D., Farida, N., & Ngatno, N. (2023). Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Jemaah PT. Penata Rihlah Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 140–148. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37217>
- Salsabila, V. A., Setiarini, & Noor, L. S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Green Marketing Perawatan Kulit Avoskin Melalui Rating Seller Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Generasi Z Pemakai Produk Avoskin)*. 4(1), 20.
- Sari, P. N., Handayati, R., & Cahyono, P. (2024). *The Influence of Start Up Entrepreneurs , Store Atmosphere and Service Quality on Green Marketing is Mediated by Consumer Satisfaction Pengaruh Start Up Entrepreneur , Store Atmosphere dan Service Quality terhadap Green Marketing Dimediasi oleh Kepuasan K*. 3(4), 2149–2164.
- Savitri, S., & Marlina, N. (2023). Pengaruh Green Marketing, Green Brand Image, Dan Green Knowledge Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Cleo Eco Green Di Wilayah Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 207–215.
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 07(2), 198. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i2.17152>
- Setyawan, D. A. (2021). Hipotesis Dan Variabel Penelitian. In *Tahta Media Group*.
- Sholihin, M. (2021). *(Partial Least Squares) Structural Equation Modeling Simposium Nasional Akuntansi XXIV Universitas Jambi, 27 Oktober 2021*.
- Siagian, F. R., Nst, A. A., Theresa, F., Sijabat, J., Samosir, L. N., & Mawaddah, S. (2024). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Repurchase Intention Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa S1 Pengguna Aplikasi*. 01(04), 873–880.
- Silmi, S. (2017). Metoda Penelitian. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Solling Hamid, R., & M Anwar, S. (n.d.). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

- Tajudinnur, M., Fazriansyah, F., Ferdian, R., Iskandar, I., & Ilham, I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Sebatik*, 26(2), 673–687. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2112>
- Widyawati, N., Hanna, M., & Kumambong, A. D. G. (2024). *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, Vol. 01 No.01 Februari 2024 LPPM STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA. 01(01).
- Willianti. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Wolok, T. (2019). Green Marketing: Pemasaran dan Pembelian. In *Athra Samudra: Gorontalo* (hal. 10–14).
- Yuliana, R., & Pantawis, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Green Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare di Kota Semarang. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 4(1), 83. <https://doi.org/10.35829/econbank.v4i1.164>
- Zulkifli Noor, Z. (n.d.). *Manajemen pemasaran.pdf*.