

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Alfian B. (2012). “*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla cabang Polman*”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu. *Apa itu Perilaku Hidup Bersih dan Sehat*. <https://promkes.kemkes.go.id/?p=1635>. Di akses 6 desember pukul 15.57 WIB.
- Aswandi , Rahmad. (2021) *Pengaruh Keamanan Pangan Kesadaran Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Labelisasi Halal (Studi Pada Konsumen Restoran Gunung Salju Banda Aceh)*”. Skripsi thesis. UIN Ar-Raniry.
- Ayu, R. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perceived Value dan Implikasinya Terhadap Repurchase Intention Telaah Pada Lemonilo Mie Instan Sehat*. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Davis, S. M. (2000). *Brand Asset Managemen*. California: Jossey, Bass, inc, Publishers.dengan Basic. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dewi, F. (2009). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., and Peretiatkos, R. (2006). "Green Productsand Corporate Strategy: An Empirical Investigation". *Society and Business Review*. Vol. 1 Iss: 2.Erlangga.
- Galang, T. (2021). *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat beli konsumen dan dampaknya Terhadap keputusan Pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*.
- Green, P., Makatumpias, D., Moniharapon, S., Tawas, H. N., Manajemen, J., Sam, U., &
- Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48-56.

- Gumilar, G. (2016). *Pemanfaatan instagram sebagai sarana promosi oleh pengelola industri kreatif fashion di kota Bandung*. JIPSI-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM, 5(2).
- Hafidzah, Y. N. (2022). *Pengaruh Health Awareness, Green Product Dan Social Media Advertising Terhadap Minat Beli Jamu Di Masa Covid-19 Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi penelitian pada Generasi Y dan Z di Provinsi Lampung)* (Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. (2010). *Multivariate*
- Handayani, Novita Tri. (2012). "Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection". *Management Analysis Journal* (Volume 1 Nomor 2). Hlm. 1-2.
- Hidayah, M. R., Sugandini, D., & Wisnalmawati. (2022). *Mediasi SikapKonsumen pada Pengaruh Green Product, Green Advertising, Green Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Organik*. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 46–62. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.841>.
- Hong, H. (2009). *Scale Development for Measuring Health Consciousness: Re-Conceptualization*. Columbia, Missouri, United States: 12th Annual International Public Relations Research Conference, Holiday Inn University of Miami Coral ables, Florida.
- Khasanah, I. (2013). Analisis pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mie instan sediaan di Semarang. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 4(1).
- Kim, Hee Yeon, dan Jae-Eun Chung. (2011). *Consumer purchase intention for organic personal care products*. *Journal of Consumer Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, R. V. (2013). *Green Marketing and the 4-P's: A Discussion*. 6th International Conference of Environmental Research Aurangabad, India: 1–18.
- Kurnianingsih, S. (2007). *Hubungan Konsumsi Mie Instan dengan Tingkat kecukupan Gizi Dan Status Gizi Pada Remaja* (Studi Kasus di SMA

Negeri 2 Nganjuk). Skripsi. Surabaya: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga.

Makatumpias, D., Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (2018). *Pengaruh Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dimanado*. Jurnal Emba Vol. 6 No. 4 September 2018.

Makower, J., Elkington, J., Hailes, J.(1993). *The Green Consumer*.USA: PenguinGroup.

Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). *The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food*. *International journal of consumer studies*, 32(2), 163-170.

Muammar, M. D. (2015). *Pengaruh kesadaran lingkungan dan kesehatan terhadap perilaku pro-lingkungan masyarakat Bukit Duri Jakarta* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah).

Muti'ah, R., Aisyah, N., Oktaviani, S., Kuspitasari, K., Kartini, N. A., &Agustiawan, A. (2020). *Edukasi Pengenalan Mie Sehat Organik Dari Buah Dan Sayuran*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*: 1(1), 85-94.

Puspitasari, C. A., Yuliati, L. N., & Afendi, F. (2021). *Pengaruh Green Marketing, Kesadaran Lingkungan Dan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Organik Melalui Sikap*. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 7(3), 713-713.

Radji, Djoko Lesmana, (2009).*Hubungan Citra Merek, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 10 (1) 17-34.

Rahma, Yona, T. *Pengaruh Health Consciousness, Environmental Attitudes dan Environmental Knowledge terhadap Green Purchase Intention*.

Rahmawati, L. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Hijab Alila Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).

Rath, Ramesh Chandra. (2013). "An Impact of Green Marketing on Practices of Supply Chain Management in Asia: Emerging Economic Opportunities and Challenges. *International Journal of Supply Chain Management* (Volume 2 Nomor 1).

Rather, Ahmad, R., & R., R. (2014). *A Study on Consumer Awareness of Green Product and its Impact on Green Buying*. *International Journal of Research*, Vol.1, N0., 1483–1493.

- Rohmatulah, R., & Azis Slamet Wiyono, M. M. (2020). *Pengaruh Green Product, Green Advertising Dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta Konsumen Air minum Dalam Kemasan)* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).
- Rokhmatullaeli, R., Maslichah, M., & Junaidi, J. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Green Product, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo* (Studi Kasus Mahasiswa UNISMA, UIN, dan UMM). *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 3(1).
- Romadhoni, M. (2015). *Pengaruh citra merek (brand image) terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu nike pada mahasiswa FIK UNY*.
- Rusniati, R., & Rahmawati, R. (2019). *Green Product : Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian Dan Pengetahuan Pemakaian Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(1), 60–68. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora. (2005). *Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta, PT Bumi Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>. *World Instant Noodle Assosiation (2022). Demand Rankings*. Diakses pada 06 Desember 2022, pukul 07.00 WIB.
- <https://www.herbalife.com.sg/apacnews/press-release/health-inertia---nfographics/>. *APAC Health Inertia Survey 2021 and Virtual Run*. Diakses 06 Desember 2022, pukul 15.36 WIB.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/11/intip-5-merek-mi-instan-terpopuler-di-indonesia-yang-harganya-bakal-naik>. *Intip 5 Merek Mi Instan Terpopuler di Indonesia yang Harganya Bakal Naik*. Diakses pada tanggal 08 Desember 2022, pukul 18.00 WIB.
- <https://www.lemonilo.com/amp/blog/mengapa-mie-instan-lemonilo-berbeda-ini-fakta-yang-kamu-harus-tahu>. *Mengapa Mie Instan Lemonilo Berbeda? Ini Fakta yang Kamu Harus Tahu*. Diakses pada tanggal 03 April 2023, pukul 10.57 WIB.