

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., & Sitepoe, E (terj). (2015). *Aaker On Branding: 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Adiwidjaja, A. J. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. *Agora*, 5(2).
- Agustin, R. D., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(2).
- Agustina, R. D., Fauzi, A., & Wilopo, W. (2016). *Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Hijau Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 33(1), 171-179.
- Aini, I. N. (2019). *Pengaruh Green Satisfaction, Green Brand Trust, Green Brand Image dan Green Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum OXY (Studi kasus pada konsumen air minum Oxy di Kabupaten Kudus)*.
- Akbar, M. S., Ariyanto, A., & Sudarsono, A. (2021). *Pengaruh Fasilitas Olahraga Terhadap Kepuasan Pelanggan Member Sport Club Meadow Terrace BSD*. 2(1), 21-28.
- Alshura, M. S., & Zabadi, A. M. (2016). *Impact of Green Brand Trust, Green Brand Awareness, Green Brand Image, and Green Preceived Value on Consumer To Use Green Products: An Empirical Study of Jordanian Consumers*. *Ijar*, 4(2), 1423-1433.
- Angelina, M., Ellian, L., & Handayani, Y. I. (2023). *Pengaruh Brand Image, Brand Love dan Brand Experience terhadap Brand Loyalty dengan Mediasi Brand Trust pada Kedai Mixue di Kota Surabaya*. *ULIL ALBAB*:
- Annur, C. M. (2023). "Sampah Indonesia Bertambah pada 2022, Terbanyak dalam Empat Tahun." *Databoks*, 16 Oktober. Diambil dari www.databoks.katadata.co.id diakses tanggal 17 Oktober 2023.
- Arikunto, S. (2000). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Astini, R. (2016). *Implikasi Green Brand Image, Green Satisfaction, dan Green Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan AMDK Galon Merk Aqua di Wilayah Serpong Utara)*. *Jurnal Manajemen*, 20(1), 19-34.
- Bastian, D. A. (2014). *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Chang, N. J., & Fong, C. M. (2010). *Green Product Quality, Green Corporate Image, Green Customer Loyalty*. *African Journal of Business Management*, 4(13), 2836.
- Chen., & Chang. (2013). *Towards Green Trust : The Influences of Green Perceived Quality, Green Perceived Risk and Green Satisfaction*. *Management Decision*, 51(1), 63-82.
- Chen, Y. S. (2010). *The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust*. *Journal of Business Ethics*, 93, 307-319.
- _____. (2010). *Towards Green Loyalty: Driving From Green Perceived Value, Green Satisfaction, and Green Trust*. *Sustainable Development*, 21(5), 294-308.
- Chen, M. F., & Lee, C. L. (2015). *The Impacts of Green Claims on Coffee Consumers' Purchase Intention*. *British Food Journal*, 117(1), 195–209.
- Deniz, A., & Onder, L. (2017). *Determinants of Brand Equity in Green Products: The Relationships Among Green Brand Image, Green Trust and Green Satisfaction*. *International Journal of Arts Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1-8.
- Dinata, J., & Firdausy, C. M. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Brand Personality terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai variabel Mediasi Pelanggan The Body Shop di Jakarta*. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(4), 979-988.

- Ferrinadewi, E., & Djati, S. P. (2004). *Upaya Mencapai Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(1), 15-26.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika, Teori Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS 17*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gozali, A. (2015). *Pengaruh Risk Aversion, Brand Trust, dan Brand Affect Terhadap Brand Loyalty Gadget Merek Apple di Surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 4, 1-16.
- Hendrayanti, S., & Terini, U. (2021). *The Impact of Brand Image, Brand Trust and Brand Awareness on Aqua Loyalty Brand. JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 116-133.
- Hidayah, N. L. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Brand Personality terhadap Brand Loyalty melalui Brand Trust sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Kecamatan Kebumen). Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa*.
- Kasali, R. (2015). *Pemasaran Hijau*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kusuma, Y. S. (2014). *Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty melalui Brand Satisfaction dan Brand Trust Harley Davidson di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2, 1-11.
- Liang, Q., & Chaipoopirutana, S. (2014). *A Study of Factors Affecting Customer's Attitude Toward Intention to Purchase Green Electronic Products at an it Mall in Beijing, China. International Conference on Business, Law and Corporate Social Responsibility*, 1(2), 23-31.
- Lee, S., Illia, A., & Lawson-Body, A. (2011). *Perceived Price Fairness of Dynamic Pricing. Industrial Managemen & Data Systems*, 111(4), 531-550.

- Maghfiroh, A. (2019). *Analisis Pengaruh Variety of Selection Terhadap E-implus Buying Dengan Web Browsing Sebagai Mediasi (Studi pada Konsumen Bukalapak di Kabupaten Kebumen)*. Skripsi (Tidak dipublikasikan). Kebumen: STIE Putra Bangsa.
- Mahendra, I. M. G., & Sulistyawati, E. (2017). *Pengaruh Green Brand Image dan Green Perceived Value Terhadap Green Brand Trust dan Green Brand Equity*. *E-Jurnal Manajemen*, 6(7), 3850-3877.
- Majid, N., Sunaryo, S., & Husein, A. S. (2018). *Brand Satisfaction Memediasi Pengaruh Self Congruity Terhadap Brand Loyalty*. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 228-242.
- Martinez, P. (2015). Customer Loyalty: Exploring its Antecedents From a Green Marketing Perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(5).
- Nabila, A. S., & Rubiyanti, N. (2023). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Positioning, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1526-1541.
- Nazir. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pahlevi, M. R., & Suhartanto, D. (2020). *The Integrated Model of Green Loyalty: Evidence From Eco-Friendly Plastic Products*. *Journal of Cleaner Production*, 257, 120844.
- Pratama, M. A. (2014). *Pengaruh Green Perceived Value, Green Perceived Risk, dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention Lampu Philips LED di Surabaya*. *CALYPTRA*, 3(1), 1-20.
- Prawira, A. A. N. D. N., & Setiawan, P. Y. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike (Doctoral Dissertation, Udayana University)*.
- Rahardja, C. T., & Pratiwi, F. Y. (2022). *Generasi Muda Menuju Loyalitas Hijau: Nilai Hijau yang Dirasakan, Kepuasan Hijau, dan Kepercayaan Hijau*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(3), 146-152.

- Rahmadhani, A. V., & Widodo, A. (2023). *Pengaruh Green Brand Image, Green Brand Trust, Green Brand Awareness dan Green Brand Satisfaction terhadap Purchase Intention pada Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, 14(3)*, 393-405.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rido, E., & Wibowo, S. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei Konsumen Operator Simpati di Yogyakarta)*. *Jurnal Manajemen Bisnis, 7(2)*, 158-169.
- Risyamuka, I. K., & Mandala, K. (2015) *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau di Restoran Sari Organik Ubud*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4(2)*, 524-543.
- Saputri, M. E., dkk. (2014). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pengguna Smartphone*. *Jurnal Sositologi, 13(3)*.
- Schiffman, P., & Kanuk, F. (2010). *Perilaku Pelanggan*. Jakarta: Indeks.
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono, & Setiyawami. (2022). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia (Kuantitatif, Kualitatif, dan Studi Kasus)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). *Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek*. *Modus, 32(1)*, 25-41.
- Supadmi, N. K., & Seminari, N. K. (2017). *Peran Green Brand Satisfaction Dalam Memediasi Hubungan Antara Green Brand Experience Dengan Green Brand Trust* (Doctoral Dissertation, Udayana University).

- Susilowati, & Wufron. (2017). *Implikasinya Terhadap Brand Loyalty (Produk Dodol PT. Herlinah Cipta Pratama)*. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 17, 24-34.
- Syamsuddin, N., & Nawir, M. (2021). *Pengaruh Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Minum di Kota Banda Aceh*. *Jurnal Sociohumaniora Kodepena (JSK)*, 2(2), 250-263
- Wijaya, V. L., Sutanto, Y., & Siaputra, H. (2020). *Pengaruh Green Brand Image Terhadap Repurchase Intention Dengan Green Brand Satisfaction dan Green Brand Trust Sebagai Mediator Pada Starbucks Coffee Surabaya*. *Jurnal Hospitality dan Manajemen JasaI*, 8(2).
- Winangun, M. S., & Nurcaya, N. (2020). *Peran Green Trust Memediasi Pengaruh Green Brand Image Terhadap Green Brand Equity Produk Bali Ratih* (Doctoral Dissertation, Udayana University).
- Yasa, I. K. (2018). *Hubungan Green Image Dengan Green Loyalty yang Dimediasi oleh Green Trust dan Green Satisfaction (Studi pada Wapa di Ume Resort & Spa Ubud, Gianyar, Bali)*. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(1), 1-12.
- Zaidi, S. M. M. R., Yifei, L., Bhutto, M. Y., Ali, R., & Alam, F. (2019). *The Influence of Consumption Values on Green Purchase Intention: A Moderated Mediation of Greenwash Perceptions and Green Trust*. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 13(4), 826-848.