

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356.
- Alamsyah, D. P., & Aprianingsih, A. (2017). Pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1), 122-129.
- Alianto, H., & Setiawan, R. (2021). Pengaruh green marketing terhadap loyalitas konsumen melalui brand image dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(1), 1-18.
- Alkharusi, H. (2012). Categorical variables in regression analysis: Dummy coding vs. effect coding. *International Journal of Education*, 4(2), 202-210.
- Ali, S., Zubair, A., & Hussain, T. (2016). The impact of green marketing on consumer purchase intention. *International Journal of Economics and Management*, 10(1), 15-22.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024a). *Analisis Jalur Menggunakan SPSS dan SMART-PLS*. Eureka Media Aksara
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Maharani, N. D., & Suwitho. (2021). Pengaruh *store atmosphere*, variasi produk, dan harga terhadap repurchase intention pada *economie resto merr* Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 10(3), 1-16

Riduwan. (2017). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2017). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.

Yeo, B. L., Moh, Z. H., & Lee, K. C. (2016). The influence of green marketing on consumer purchase behavior in Malaysia. *Asian Journal of Business Research*, 6(2), 1-14.