

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 6(1), 116–125. <https://doi.org/10.15408/ijies.v6i1.1373>
- Anwar, I. C. (2021). *Apa itu Khiyar dalam Islam: Pengertian, Hukum, Macam, & Hikmahnya*. Tirto.Id. <https://tirto.id/apa-itu-khiyar-dalam-islam-pengertian-hukum-macam-hikmahnya-gh7m>
- Balawera, A. (2013). GREEN MARKETING DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI MINAT MEMBELI PRODUK ORGANIK DI FRESHMART KOTA MANADO. *Jurnal EMBA*, 1(4), 2117–2129.
- Dapas, C. C., Sitorus, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2019). The effect of service quality and website quality of zalora.Com on purchase decision as mediated by purchase intention. *Quality - Access to Success*, 20(169), 87–92.
- Evina, D. (2018). *Pengaruh Motivasi, Kepercayaan dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening*.
- Fahmi, M. (2018). *Ekonomi Mikro Islam: Islamic Microeconomic*. Magelang: UNIMMA Press.
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–18.
- Fitria, R. (2021). *Apakah Minum Kopi termasuk Sunnah Nabi Muhammad SAW?*

Detik Food. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5697650/apakah-minum-kopi-termasuk-sunnah-nabi-muhammad-saw#:~:text=2>. Hukum Minum Kopi dalam Islam&text=Kopi pada dasarnya adalah minuman,ada dalil khusus yang mengharamkannya.

Gardjito, M., & Rahadian, D. (2011). *Sejarah Kopi*. Yogyakarta: PT Kansius.

Ghafur, A. (2016). Konsumsi dalam Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 17–42.

<https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/213>

Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Gusti, I. S. E. (2018). *Pengaruh 4P (Product, Price, Place, Promotion) terhadap Keputusan Pembelian sebagai Implementasi Green Marketing di KFC Semarang*.

Hani, U. (2017). *TEORI KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM DAN EKONOMI KONVENSIONAL (ANALISIS PERBANDINGAN)*.

Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi 1*. Yogyakarta: BPFE.

Hair, J.F., dkk (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kausuhe, J. N., Worang, F. G., & Gunawan, E. M. (2021). the Influence of Brand Image and Country of Origin on Purchase Decision of Oppo Smartphone in Manado. *Jurnal EMBA*, 9(1), 207–215.

Keller, K. L. (2013). *Strategy Brand Management (Building, Measuring and Managing Brand Equity) Global Edition. Fourth Edition*. United States: Pearson.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kustiani, R. (2021). *Riset: 20 Persen Konsumen Indonesia Berupaya Mengurangi Sampah*. <https://gaya.tempo.co/read/1496409/riset-20-persen-konsumen-indonesia-berupaya-mengurangi-sampah>
- Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi *Green Marketing* dan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Member Tupperware di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, 1(1), 33–49.
- Liana, W., & Oktafani, F. (2020). The Effect of Green Marketing and Brand Image toward Purchase Decision on The Face Shop Bandung. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4), 1215–1226.
- Liling, A. (2019). Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 71–91.
<https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1040>
- Lusiana, B. (2021). *IMPLEMENTASI TEORI KONSUMSI ISLAM BERDASARKAN PANDANGAN AL-GHAZALI*.
- Lutfi, M. (2019). Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. *Jurnal Syarie*, 1, 95–109.

- Manongko, A. (2018). *Green Marketing : Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behaviour*. Manado: Yayasan Makaria Waya.
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention of Smartphone. *INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH CULTURE SOCIETY*, 3(1), 99–103.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3642536>
- Nulufi, K., & Murwartiningsih. (2015). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129–141.
- Nurlaelani, L. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Che.co Cafe & Resto*.
- Oktasari, O. (2021). Al-Khiyar dan Implementasinya dalam Jual Beli Online. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 4(1), 44.
- Oscar, Y., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20–28. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3300>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani*. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putri, R. A. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIASIPERCEIVED VALUE PADA KONSUMEN COFFEE SHOP DI MEDAN*.
- Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli AMDK ADES (Studi Pada Konsumen Produk

- Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 71–79.
- Rahmawaty, P. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89. <https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11768>
- Ramanakumar, K. P. V., & Manojkrishnan. (2012). (2012). Consumer Attitude Towards Green Products of FMCG Sector: An Emprical Study. *International Journal of Research In Commerce & Management*, Vol 3 (2), 34-38.
- Rohayedi, E., & Maulina, M. (2020). Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Transformatif*, 4(1), 31–48. <https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>
- Schiffman, L. G., Kanuk, & Lazar, L. (2012). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh, Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip*. Jakarta: Indeks.
- Sengkey, M., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2021). The Effect of Price Perception , Product Quality and Location on Consumer Purchase Decisions through Buying Interest as Intervening Variables on Msme Products During the Covid-19 Pandemic. *European Journal of Life Safety and Stability*, 6, 67–82.
- Septika, B. H. (2017). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Molto Ultra Sekali Bilas di Kota Mataram. *Jurnal Sangkareang Mataram*, 3, 44–47.
- Setiawan, A. (2021). *Membenahi Tata Kelola Sampah Nasional*. <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2533/membenahi-tata-kelola-sampah-nasional>
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Simamora, H. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIEY.

- Sitepu, N. I. (2017). Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(1), 91–106. <https://doi.org/10.24815/jped.v2i1.6650>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni Dan Teknologi*, 4(1), 26–37.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suyono, A., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Syahbandi. (2012). *Implementasi Green Marketing melalui Pendekatan Marketing MIX, Demografi dan Pengetahuan terhadap Pilihan Konsumen*

(Studi The Body Shop Pontianak).

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik: mengupas pemasaran strategik, branding strategik, customer satisfaction, strategi kompetitif hingga e-marketing (3rd ed.)*. Adhi.
- Toarik, M. (2021). *Sampah Kemasan Plastik Dinilai Salah Satu Penyebab Utama Perubahan Iklim*. <https://investor.id/national/271239/sampah-kemasan-plastik-dinilai-salah-satu-penyebab-utama-perubahan-iklim>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta : Rajawali.
- Wang, Y., Chen, S., & Chen, N. (2016). An Empirical Study of the Effect of Green Marketing on Purchase Intention – Evidence from Green Restaurant. *Journal Advances in Management & Applied Economics*, 6(4), 1–14.
- Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh *Brand Image*, *Green Marketing Strategy* dan *Emotional Desire* terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79.
- Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

bt