

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku dan Jurnal:**

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity*. London: The Free Press New York London Toronto Sydney.
- Abdullah, K. A., L. M., & Hildayanti, S. (2018, Februari). Pengaruh Brand Equity Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Panin Dubai Syariah, Tbk. Cabang Palembang. *Jurnal Ecoment Global*, 3, 63-75.
- Abu-Ghazaleh, L. A., & Al-Zyoud, M. F. (2021, February). The Influence of Brand Equity on Customer Loyalty in Starbucks Chain in Jordan. *International Journal of Business and Social Science*, 12(2).
- Abuznaid. (2012). *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Adialita, T. (2015, Mei). Green marketing dan Green Consumer Behavior di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 12, 88-106.
- Agistia, I. M., & Nurcaya, I. N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Niali Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 7219-7252.
- Aisyah, D. N. (2017). *Awe Inspiring Me*. Jakarta: Imprint Penerbit Serambi.
- Aldaihani, F. M., & Ali, N. b. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty in the Restaurant Service Industry in Kuwait City, Kuwait. *JIBM Journal of International Business and Management*, 1(2), 1-14.
- Alida, P. (2007, Maret). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 9, 73-81.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Blengini, & Shields. (2010). Green labels and sustainability reporting: Overview of the Building Products Supply Chain in Italy. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 21(4), 477-493.
- Budiantoro, A. V., Irawan, A., Kristanti, M., & Aprilia, A. (2015). Pengaruh Green Practice Terhadap Green Consumer Behavior Di the Kemangi Restaurant, Hotel Santika Pandegiling Surabaya. *Jurnal*, 3, 86-101.

- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management*. (A. Subianto, Trans.) Malang: Bayumedia Publishing.
- Chalil, R. D., Sari, J. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Cuong, D. T., & Khoi, B. H. (2019, August). The Effect of Brand Image and Perceived Value on Satisfaction and Loyalty at Convenience Stores in Vietnam The Relationship between Service Quality, Satisfaction, Trust and Customer Loyalty A Study of Convenience Stores in Vietnam View project The Effect. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(08).
- Davari, A., & Strutton, D. (2014). Marketing Mix Strategies for Closing the Gap Between Green Consumers' Pro-environmental Beliefs and Behaviors. *Journal of Strategic Marketing*, 22(7), 563-586.
- Deliya, & Parmar. (2012). Role of Packaging on Costumer Buying Behavior - Patan District. *Global Journal of Management and Business Research* , 210.
- Dhameria, V. (2014, Mei). Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Evironment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIII(1), 1-44.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Fajriah, U. D., & Nurbaya, S. (2019, Juni). Pengaruh Green Marketing dan Packaging terhadap Loyalitas Pelanggan The Body Shop Malang (Studi pada Mahasiswa Politeknik Negeri Malang D-IV Jurusan Administrasi Niaga). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5, 101-104.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, metode Laternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Grant, J. (2015). *The Green Marketing Manifesto*. West Sussex, England: John Wiley & Sons, Ltd.

- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, J. (2006). *Multivariate Data Analysis (5 ed.)*. Semarang: Gamedia Pustaka Utama.
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Hawkins, & Mothersbaugh. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Jabeen, S. S., & Kavitha, M. (2020). Effect of Green Marketing Strategies on Costumer Loyalty. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, 12(IX), 14-20.
- Jogiyanto, H., & Abdillah, W. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Kewakuma, A. V., Rofiaty, & Ratnawati, K. (2021, April). The Effect of Green Marketing Strategy on Customer Loyalty Mediated by Brand Image. *JBTI : Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 12, 1-11.
- Kirgiz, A. (2016). *Green Marketing: A case study of the Sub-Industry in Turkey*. London: Palgrave Macmillan.
- Kolo, S. M., & Darma, G. S. (2020, Januari ). Faktor-Faktor Terpenting yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Jaringan 4G Denpasar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17, 57-74.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (1 ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 (12 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks .
- Kotler, P., & Susanto, A. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eighth Europe* (8 ed.). Europe: PEARSON EDUCATION LTD.
- Kurniawati, K., & Imasari, K. (2015, Mei). Peranan Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Manfaat Atribut Produk SImpati). *Jurnal Manajemen*, 14(2), 1-10.
- Laksmi, A. D., & Wardana, I. M. (2015). Peran Sikap dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan. *E-Journal Manajemen Unud*, 4(7), 1902-1917.
- Lourensius, N., & Radito, T. A. (2019, September). Analisis Pengaruh Merek, Kemasan, Garansi dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Air Mineral dalam Kemasan Aqua. *JBMA*, 4, 45-59.
- Lovelock, C., Jochen, W., & Jacky, M. (2010). *Pemasaran Jasa - Perspektif Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Z. (2021). *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Machali, I., & Hidayat, A. (2016). *The Handbook of Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia* (2 ed.). Jakarta: KENCANA.
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Data Sekunder*. Yogyakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Mashuri. (2020, Juni). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54-64.
- Mensah, J., Oppong, P. K., & Addae1, M. (2022, Januari). Effect of Packaging on Perceived Quality and Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Association in Over-the-Counter Market. *Open Journal of Business and Management*, 10, 297-313.
- Mohammad, A. A. (2017, July). The Impact of Brand Experiences, Brand Equity and Corporate Branding on Brand Loyalty: Evidence from Jordan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(3), 58-69.
- Murhadi, T. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian LintasartaNet di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 49-55.
- Murniati, M. P., Warastuti, Y., & Purnamasari, S. (2013). *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Penerbitan Unika Soegijapranata.

- Nero, A., & Raman, S. (2021). Analysis of problems in tertiary packaging of e retail companies and its impact on repurchase intention and loyalty. *Nat.Volatiles&Essent.Oils*, 8(5), 5350-5358.
- Noor, Z. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi dengan Kasus-Kasus dalam Bidang Bisnis dan Sektor Publik Tahun 2016*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nuraini. (2018). Halalan Thayyiban Alternatif Qurani Hidup Sehat. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 82-92.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurhalimah, N., & Nurhayati, A. (2019, September). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *E-Qien Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6, 1-5.
- Nurlaeli, L. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sari Ayu Martha Tilaar di Jember. 1-20.
- Ottman, J. A. (2011). *The New Rules of Green Marketing*. United Kingdom: Greenleaf Publishing.
- Polonsky, M. J. (1994). An Introduction to Green Marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2), 1-1.
- Purwitasari, R., & Budiarti, E. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Nilai Pelanggan, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Aplikasi OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17)*, 4, 105-116.
- Qomariyah, N. (2020). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung (Studi Pengaruh Costumer Value, Brand image, dan Atribut Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Rahayu. (2020). *Dampak Piutang Macet bagi Bank Desa*. Makassar: PT Nas Media Indonesia Anggota IKAPI.
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Devi, C., & Nainggolan, Y. T. (2022, Januari). Penerapan Strategi Green Marketing di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Borneo Tarakan*, 13, 1-18.
- Rianto, A., & Yunus, M. (2019, Februari). Pengaruh Ekuitas Merek, Nilai Dan Relasional Terhadap Loyalitas Konsumen Swalayan Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4, 306-318.

- Rodriguez. (2018). Inovasi Kemasan atau pengemasan Potensi Kembangkan Produk Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 52(11), 54-67.
- Rofikhok, S., & Rosando, A. F. (2022). Perlindungan Hukum Merek Terdaftar Terhadap Praktek Usaha Curang. 1-12.
- Sani, A., & Mashuri, M. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber. Daya Manusia*. Malang: Maliki Press.
- Sari, I. G., & Setiawan, P. Y. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Packaging terhadap Brand Image dan Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6, 3820-3849.
- Sawitri, I. T., & Rahanatha, G. B. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8, 5267-5284.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (3 ed.). Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Setiawan, S. (2020). *Analisa Parsial Model Persamaan Struktural dengan Software Smart-PLS untuk Tenaga Kesehatan, Versi 3*.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Andi.
- Suandi, H. K., & Mufidi, F. (2020). Pertanggungjawaban Penjual Terhadap Barang Cacat Tersembunyi dalam Jual Beli Handphone secara Online Ditinjau dari Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Prosiding Ilmu Hukum*, 107-112.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sudarti, K. (2022). *Value Co-Creation & Sharing Economy: Pendekatan Nilai-Nilai Islam*. Klaten: Lakeisha.
- Sugiama, A. G. (2017, November). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17, 1-14.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, CV.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharson, A. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMK/MAK Kelas XI Semester 1 Bidang Keahlian Seni dan Industri Kreatif Program Keahlian Desain dan Produk Kreatif Kriya*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Supriyono. (2018). *Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sutha, D. W. (2019). *Biostatistika*. Malang: Media Nusa Creative.
- Suwarman, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Kosnumen dan Marketing Plan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sweeney, J., & Soutar, G. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Jurnal Ritel*, 77.
- Syahbandi. (2012, Januari). Implementasi Green Marketing Melalui Pendekatan Marketing MIX, Demografi Dan Pengetahuan Terhadap Pilihan Konsumen (Studi The Body Shop Pontianak). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 68-86.
- Tanwari, A. (2020). A Study on Assessing the Relationship between Green Marketing and Brand Loyalty in Manufacturing Sector of Greece: A Moderating Role of Green Supply Chain Practices. *Journal of Business Management and Accounting*, 4, 44-55.
- Thian, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Tiwari, Sandeep, Tripathi, D. M., Srivastava, U., & PK, Y. (2011). Green Marketing-Emerging Dimensions. *Journal Of Business Excellence*, 4, 9-11.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Vanessa, G. (2007). *CRM dan MPR Hotel (CRM dan Marketing) Public Relations*. Bandung: Alfabeta.
- Waid, A. (2012). *Nama-nama Pembawa Berkah dan Kesuksesan*. Media Pressindo.
- Waslito, J., & Sujadi. (2014). *Model Meningkatkan Niat Pembelian Konsumen Pada Produk Ramah Lingkungan*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Watak, V. D., Wadud, M., & Rosni, A. K. (2017, Desember). Pengaruh Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Reload Kitchen Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8, 56-60.

- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wijayanti, T., & Sujianto, A. E. (2022, Mei). Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(1), 32-41.
- Wildan, S. B., & Soegoto, H. S. (2015). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Toko Bahan Bangunan Retailer Cat Tembok SLX di Wilayah Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen (JIMM) Unikom*, 1(1), 1-10.
- Winarso, K., & Jufriyanto, M. (2019, September). Analisis Kualitas Pelayanan Internet Indihome Pada Pt. X Dengan Pendekatan Part Least Square. *Jurnal MATRIK*, 20(1), 77-87.
- Yuswanto, S. (2019). *Merek Nafas Waralaba*. Yogyakarta: Dee Publish.
- Zaid. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan*. Jawa Timur: Academia Publication.
- Zulkifli, A. (2020). *GREEN MARKETING: Redefinisi Green Product, Green Price, Green Promotion, Green Place* (1 ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.

#### **Website:**

- Daftar Top Brand Award Kategori Body Mist tahun 2019, 2020, dan 2021* (dalam [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)). Akses: 15 Februari 2022.
- Logo The Body Shop* (dalam Sumber: [www.thebodyshop.com](http://www.thebodyshop.com)). Akses: 12 Februari 2022)
- Varian Produk dari The Body Shop* (dalam [www.thebodyshop.com](http://www.thebodyshop.com)). Akses: 15 Februari 2022.
- Terjemah Kemenag 2019*. Akses: 5 Agustus 2022