

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Indra Purnama, P., & Rasmen Adi, N. (2019). Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 185. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2027>
- Alharthey, B. K. (2019). Impact of green marketing practices on consumer purchase intention and buying decision with demographic characteristics as moderator. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 6(3), 62–71. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2019.03.010>
- Amier, M., & Pradana, M. (2022). Analisis Bibliometrik tentang Green Marketing: Perkembangan Studi dalam Periode 1999-2022. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 121–131. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2412>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Amrita, N. D. A., Suryawan, T. G. A. W. K., Idayanti, I. D. A. A. E., Putri, C. I. A. V. N., Suwastawa, I. P. A., Boari, Y., Daffa, F., & Judijanto, L. (2024). *GREEN MARKETING (Dunia Baru dalam Dunia Marketing)* (Issue June). [www.buku.sonpedia.com](http://www.buku.sonpedia.com)
- Anggraeani, N., & Mardalis, A. (2024). Analisis Pengaruh Green Marketing, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Makanan Halal Cepat Saji di McDonald's. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4490>
- Barus, N., Pangaribuan, M., & Purnama, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms. Glow pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2, 616–626.
- Capah, B. M., Rachim, H. A., & Raharjo, S. T. (2023). Implementasi Sdg'S-12 Melalui Pengembangan Komunitas Dalam Program Csr. *Share: Social Work Journal*, 13(1), 150. <https://doi.org/10.24198/share.v13i1.46502>
- Chandra, R. D. (2022). Pelatihan Analisis Data Kuantitatif Untuk Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4575–4578. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.3224>
- Daga, R., Ismail, N., & Maddatuang, B. (2020). Analisis Efektivitas Program Mandiri Dagang Untung pada PT . Bank Mandiri (Persero), Tbk. Kanwil Regional X Sulawesi dan Maluku. *SEIKO: Journal Pf Management & Business*, 3(3), 69–70.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah (Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis SmartPLS)* (J. T. Santoso (ed.)). Yayasan Prima Agus

Teknik.

- Effendi, A. Z., & Chandra, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh Dan Haji Plus PT . Inyong Travel Barokah. *Jurnal Ekonomi*, 1–25.
- Fakhriyah, P. (2020). Pengaruh Layanan Transportasi Online (Gojek) Terhadap Perluasan Lapangan Kerja Bagi Masyarakat Di Kota Cimahi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i1.3719>
- Falah, M. (2021). Digitalisasi pada Program Kampus Merdeka untuk Menjawab Tantangan SDGs 2030. *Sultan Agung Fundamental Research Journal*, 2(2), 87–94.  
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/safjr/article/view/17991%0Ahttp://jurnal.unissula.ac.id/index.php/safjr/article/download/17991/6084>
- Farikha Rahmah, R., Marpaung, D. M., & Suryani Lubis, I. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kfc Pada Masa Pandemi. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 281–291.
- Fauziah, Nofandi, R. A., Koewinarn, Atieqoh, S., Abadi, Z., & M, F. (2021). *Survie Sadar Halal*. 1–23. <http://cms.kemenag.go.id/storage/flm/files/shares/files/5.SURVEI1 HALAL Genera>.
- Fitryani, F., & Mardiyah, U. (2022). Pengaruh Promo Iklan E-Commerce Dan Hedonic Shoping Value Terhadap Impulse Buying Melalui Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Surabaya Barat. *WORLDVIEW ( Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains )*, 1(1), 49–62. <https://doi.org/10.38156/worldview.v1i1.113>
- Gerald, A., Safitri, R. S., Wati, D. I., Sinaga, M. C. A., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Pengaruh Green Product Strategy Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukin. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 160–166.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). The Results of PLS-SEM Article information. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Hasibuan, A. N., Damayanti, P., & Laksono, R. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Green Marketing Produk. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 122–133. <https://doi.org/10.32509/jmb.v1i2.2190>

- Hendradewi, S., Mustika, A., Darsiah, A., Tinggi, S., & Trisakti, P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204–212.  
<http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/indexDOI:https://doi.org/10.30647/jip.v26i2>
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2020). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17–35.  
<https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.794>
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19*. 10(2), 133–140.
- Ilhami, R., Firdausijah, T., Wiraloka, P. B., Jl, A., No, T., Wetan, K. B., Bandung, K., & Barat, J. (2024). *Kampanye Lingkungan Waste Management di SMAS Nasional Bandung dalam Mendukung Penguatan Poin SDGs Nomor 12 Environmental Campaign for Waste Management at SMAS Nasional Bandung in Support of Strengthening SDGs Point Number 12 Program Studi Ilmu Administras*. 4.
- Indofood. (2023). *CONTINUING GROWTH IN THE MIDST OF CHALLENGES*.  
<https://doi.org/10.36019/9781978824546-020>
- IVANISA, S. (2023). Pengaruh Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Halal Meat Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 8(2), 93. <https://doi.org/10.15548/jebi.v8i2.904>
- Jaiyeoba, H. B., Abdullah, M. A., & Dzuljastri, A. R. (2020). Halal certification mark, brand quality, and awareness: Do they influence buying decisions of Nigerian consumers? *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1657–1670.  
<https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0155>
- Juliana, J., Wafa Rizaldi, M., Azizah Al-Adawiyah, R., & Marlina, R. (2022). Halal Awareness : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 169–180. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1423>
- Komarulzaman, A., Anna, Z., Yusuf, A. A., Andoyo, R., Napitupulu, H., Amatul, A., Putri, G., & Halim, R. (2020). *Studi SDGs Interlinkages Kabupaten Cirebon*. <http://press.unpad.ac.id>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson*.  
<https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Maharani, N., Handayani, T., & Priyatno, P. D. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Mie Samyang Halal Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 99–110. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.240>

- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). Green Marketing dan CSR Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33141>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Muslichah, M., Abdullah, R., & Abdul Razak, L. (2020). The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: A study among university students in Brunei Darussalam. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1091–1104. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0102>
- Novita, Y., & Pratama, A. A. N. (2024). Peran Moderasi Etika Konsumsi Islam pada Pengaruh Green Marketing, Ethnosentrisme Konsumen, dan Gaya Hidup Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 154. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1288>
- Nur, C. A., & Khusnul, F. (2024). Pengaruh Label Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food Pada Gen-Z Muslim Jawa Timur. *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 93.
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemnt). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Paath, D. N., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2020). Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, 1(3), 274–278.
- Pasha, K., & Hadibrata, B. (2019). The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision of Sampoerna A Mild Products. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 9414, 67–76. <https://doi.org/10.21276/sjef.2019.3.1.9>
- Priandaru, D. L. (2023). Isu SDGs Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Retrieved from [lestari.kompas.com](https://lestari.kompas.com): [https://lestari.kompas.com/read/2023/07/13/110000686/isu-sdgs-berpengaruh-terhadap-keputusan-pembelian-produk-?lgn\\_method=google&google\\_btn=onetap](https://lestari.kompas.com/read/2023/07/13/110000686/isu-sdgs-berpengaruh-terhadap-keputusan-pembelian-produk-?lgn_method=google&google_btn=onetap)
- Prinsila, B. (2017). Implementasi SDG No. 12 yaitu Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab dalam Pengelolaan Sampah Plastik di Indonesia September 2015-2019. In *Universitas Katolik Parahyangan*. <http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/2025/Cover - Bab 1 - 3111061sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Priyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Zifatama Publishing*. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 \\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 _SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- PT Indofood Sukses Makmur TBK. (2023). *Thriving Sustainably Amid Challenges*.
- Putri, S. I., Ainurrohmah, S., Riono, S. B., & Syaifuolloh, M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Di Warmindo Jayaberkah. *CiDEA Journal*, 2(2), 139–159. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1368>
- Putriana. (2022). Peran Religiusitas Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 23(2), 217–233. <https://doi.org/10.36769/asy.v23i2.255>
- QS. Al-Ma'idah: 3. (n.d.). *Al-Ma'idah: 3*. Qur'an Kemenag In Word.
- QS. Al-Ma'idah: 88. (n.d.). *Al-Ma'idah: 88*. Qur'an Kemenag In Word.
- Rizal, M., & Harsono, M. (2022). Green Marketing Dalam Kajian Filsafat Ilmu. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(1), 116–136. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i1.547>
- Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). PENGARUH GREEN MARKETING DAN GREEN PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUKIN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11, 431–438. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/snts/article/view/113%0Ahttps://journal.unusida.ac.id/index.php/snts/article/download/113/98>
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 53–64. <https://doi.org/10.46918/point.v6i1.2256>
- Sayyaf, R. T. F. (2023). Makanan Halal Pada Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2610. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8462>
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP INDONESIA (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>

- Shafie, A., Nazri, M. A., & Hussin, H. (2019). Makanan Halal Menurut Perspektif Islam & Kepentingan Pelabelan. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences*, 2(3), 70–84.
- Sorongon, S., Lopian, S. L. H. V. J., & Soepono, D. (2022). Analisis Green Marketing pada usaha Mikro Kecil dan Menengah UNSRAT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal EMBA*, 10(1), 330–339.
- Sri Mulyati, Achmad Abubakar, & Hasyim Hadade. (2023). Makanan Halal dan Tayyib dalam Perspektif Al-Quran. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 23–33. <https://doi.org/10.58540/isihumor.v1i1.150>
- Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisata*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (p. ).
- Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2021). Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia. *Jurnal RASI*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.52496/rasi.v2i1.52>
- Tan, W. (2021). Perkawinan Di Bawah Umur Dan Tantangan Dalam Mencapai Sustainable Development Goals. *Justisi*, 7(2), 76–88. <https://doi.org/10.33506/js.v7i2.1342>
- Tsai, P. H., Lin, G. Y., Zheng, Y. L., Chen, Y. C., Chen, P. Z., & Su, Z. C. (2020). Exploring the effect of Starbucks' green marketing on consumers' purchase decisions from consumers' perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56(March), 102162. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102162>
- Widodo, S. (2021). PENGARUH GREEN PRODUCT DAN GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK MERK SHARP DI ELECTRONIC CITY CIPINANG INDAH MALL JAKARTA TIMUR. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(January), 22.
- Wijaya, S. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 161–168. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1843>
- Wiryanto, F. S., Priyatno, P. D., Ilmi, I. M. B., Sofianita, N. I., Octaria, Y. C., & Al Ghifari, H. (2024). *PENDAMPINGAN NOMOR INDUK BERUSAHA DAN SERTIFIKASI HALAL PADA USAHA MIKRO PONDOK PESANTREN SIRAJUSSA' ADAH*. 7.
- Yudianingsih, D. K., Chotimah, H., Putri, K. R., & Islamirza, R. (2022). PROBLEMATIKA PERNIKAHAN DINI DALAM MENCAPAI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs). *Jurnal Kajian Gender*

*Dan Anak*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.24952/gender.v6i1.5522>