

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwinata, N. N., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 14(2), 189–202.  
<https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.2.189>.
- Ahmad, M., Perdana, F. R., Utami, K. S., & Harjanta, S. L. (2019). Pengolahan kopi bubuk dan pemasaran berbasis digital marketing dalam meningkatkan daya saing hilirisasi kopi di Kawasan Lereng Menoreh. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 38-46.
- Arifin, Z. (2017). Kriteria instrumen dalam suatu penelitian. *Jurnal Theorems (the original research of mathematics)*, 2(1): 28-36.
- Astiti, N. P. N. S., Suamba, I. K., & Artini, N. W. P. 2019. “Pengaruh Disiplin Kerja, Kepuasan Kerja dan Loyalitas Karyawan terhadap Kinerja Karyawan Agrowisata Bagus Agro Pelaga”. *Jurnal Agrisocionomics*, No.3: 1–9.
- Astono, A. D., & Herwin, H. (2021). Identification of The Characteristics of Menoreh Coffee and Cocoa Potential and Its Contribution to Tourism. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(1).
- Badan Pusat Statistik, 2023. *Produksi Kopi Indonesia 2017-2022*. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9fe8/statik-kopi-indonesia-2022.html>

Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Daerah Kulon Progo 2018 (34010.1816)*. Kulon Progo: BPS Kabupaten Kulon Progo. Diakses dari <https://KulonProgokab.bps.go.id/publication/>.

Bhardwaj, S., Nair, K., Tariq, M. U., Ahmad, A., & Chitnis, A. (2023). The State of Research in Green Marketing: A Bibliometric Review from 2005 to 2022. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Issue 4). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su15042988>

Chiou, T. Y., Chan, H. K., Lettice, F., & Chung, S. H. (2011). The influence of greening the suppliers and green innovation on environmental performance and competitive advantage in Taiwan. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 47(6), 822–836. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2011.05.016>

Choiron, M., Harisah, D., Rusdianti, A, S. (2023). Analisis Risiko Lingkungan Pengolahan Kopi dengan Metode Hazard Identification and Risk Assessment (Hira). *Gontor Agrotech Journal Science*, 9(2): 161-171.

Cooper, Donald R. dan Schindler, Pamela S. 2006. *Marketing Research*. McGrawHill Irwin.

Cooper, D.R., & Schinler, P. S. (2011). *Business Research Methods*. Singapore: The McGrawHill Companies, Inc.

Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Kulon Progo. (2023). Data Luas Areal, Produksi, dan Produktivitas Perkebunan Rakyat Kabupaten Kulon Progo Tahun 2021 (Angka Tetap Hasil Sinkronas Oktober 2022).

- Dinh, K. C., Nguyen-Viet, B., & Phuong Vo, H. N. (2023). Toward Sustainable Development and Consumption: The Role of the Green Promotion Mix in Driving Green Brand Equity and Green Purchase Intention. *Journal of Promotion Management*, 29(6), 824–848. <https://doi.org/10.1080/10496491.2023.2165209>
- Dudik, P., Sudiarta, W., Ketut, I., Program, S., Pendidikan, S., Rupa, S., Bahasa, F., & Seni, D. (2019). PROSES PENGAJARAN MOSAIK DI SMK NEGERI 1 SUKASADA. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 9(2), 69–76. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/index>
- Durmaz, Y., & Yaşar, H. V. (2016). Green Marketing and Benefits to Business. *Business and Management Studies*, 2(2), 64. <https://doi.org/10.11114/bms.v2i2.1624>
- Erciş M S, & Çat A K. (2016). Green Marketing and the Green Product Buying Behaviors of Consumers: An Application in Atatürk University. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(2), 59–73.
- Fan, Y., Chen, J., Shirkey, G., John, R., Wu, S. R., Park, H., & Shao, C. (2016). Applications of structural equation modeling (SEM) in ecological studies: an updated review. In *Ecological Processes* (Vol. 5, Issue 1). Springer Verlag. <https://doi.org/10.1186/s13717-016-0063-3>
- Ferinia, R., Tanjung, R., Purba, B., Lestari, N., Mastuti, R., Utami, N. R., Murdana, I. M., Suwandi, A., Mistriani, N., Fitriyani, E., Prasetyo, A., Muktiarni., Nasrullah., Dewi, I. K. (2021). *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Fibriyanti, N. A., & Hukama, L. D. (2021). Niat beli ulang mahasiswa terhadap kopi berkonsep coffee-to-go shop. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(2), 185–196. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i2.3574>

Gede, N. L., Purnawati, P., Widnyani, N. M., Darmayanti, N. L., Gde, L., Wahyuningsih, N. S., & Yudiastra, P. (2023). Monetary: Journal of Finance and Accredited Banking SINTA 3 Monetary is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). Strategy Implementation of Green Ethics Concept in Human Resource Management. *Monetary: Journal of Finance and Banking*, 11(1), 62–65. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MONETER/index>

Gelderman, C. J., Schijns, J., Lambrechts, W., & Vijgen, S. (2021). Green marketing as an environmental practice: The impact on green satisfaction and green loyalty in a business-to-business context. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 2061–2076. <https://doi.org/10.1002/bse.2732>

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.

Hair, J., T. Hult, C. Ringle, dan M. Sartstedt. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition. Sage. Los Angeles.

Hamdan., Artanti, H., & Ekaputra, W. (2023). Kesesuaian Lahan untuk Pengembangan Komoditas Kopi di Kabupaten Kepahiang. *Buletin Agritek*, 4(1), 27-36.

Hardiani, V. (2014). *Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School. Jakarta.

Hati, S. W., Kartika, A., Prodi, J, Bisnis, A., Politeknik, T., & Batam, N. (2015). *PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*

*PRODUK KOSMETIK MEREK THE BODY SHOP (Studi pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Batam yang Menggunakan Produk Kosmetik Merek The Body Shop). 3(2), 120–127.*

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. 2016. “Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines”. *Industrial Management and Data Systems* Vol. 116 No. 1: 2–20.

Irkhamni, D. A., & Suharyono, S. (2017). *Pengaruh penerapan green marketing terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada pelanggan treatment Naavagreen natural skin care cabang Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah, dan B3 Direktorat Penanganan Sampah SIPSN. (2020). *Timbulan Sampah Provinsi D.I.Yogyakarta Tahun 2019-2022*. Diakses pada 18 Oktober 2023, dari <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/timbulan>

Kementerian Pertanian dan Pangan Kabupaten Kulon Progo. (2023) *Luas Areal, Produksi, dan Produktivitas Perkebunan Rakyat Kabupaten Kulon Progo Tahun 2021 (Angka Tetap Hasil Sinkronas Oktober 2022)*. Pada 15 November 2023.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management (10th ed.)*. USA: Prentice Hall, Inc.

Kotler, P., (2002). *Dasar-dasar pemasaran. Jilid 1*, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.

Kotler, P. & Keller. (2009). *Manajemen pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kristiana. (2018). PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN PRICE, GREEN PLACE, DAN GREEN PROMOTION. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 19–31. <https://jurnal.inaba.ac.id/>

Lesmana, T., & Santoso, R. (2019). Karakteristik Kepribadian, Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa Konsumen Starbucks. *JURNAL ILMU PERILAKU*, 3(1), 59–71. <http://jip.fk.unand.ac.id>

Líšková, Z. D., Cudlínová, E., Pártlová, P., & Petr, D. (2016). Importance of Green Marketing and Its Potential. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 5(2), 61–64. <https://doi.org/10.1515/vjbsd-2016-0012>

Long, N. H., Huong, L. T., & Dung, N. H. (2023). Influence of Green Marketing Mix on Purchase Intention of Vietnamese Consumers for Green Food. *Journal of Economics and Business*, 6(3). <https://doi.org/10.31014/aior.1992.06.03.518>

Long, Z., & Cai, A. (2022). THE IMPACT OF ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY ON GREEN CONSUMPTION BEHAVIOR. *International Journal of Education Humanities and Social Science*, 05(05), 119–128. <https://doi.org/10.54922/ijehss.2022.0445>

Mahardika, R. P., (2023). PENGARUH GREEN MARKETING MIX TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN VARIABEL MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN GEN Z DI COFFEE SHOP. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

Mahmoud, T. O. (2018). Impact of green marketing mix on purchase intention.

*International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES*, 5(2), 127–135.

<https://doi.org/10.21833/ijaas.2018.02.020>

Mahmoud, T. O. (2019). Green Marketing: A Marketing Mix concept. *International*

*Journal of Electrical, Electronics and Computers*, 4(1), 20–26.

<https://doi.org/10.22161/eec.4.1.3>

Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor). *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 274–290.

Munawaroh, Yuniarti, D., & Memi Nor Hayati, dan. (2015). Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Kausal Step (Studi Kasus: Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Perkapita di Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2011-2013) Mediation Regression Analysis with Causal Step Method (Case Study:Product Domestic Regional Bruto (PDRB) Per Capita in East Kalimantan Timur in Year 2011-2013). *Jurnal EKSPONENSIAL*, 6(2).

Mustafa, M., Ahmad, I. H., Arun, T. (2016). *Handbook of Research on Green Economic Development Initiatives and Strategies*. USA: IGI Global.

Ningsi, B. A., & Agustina, L. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Produk dan Pelayanan Dengan Metode SEM-PLS. *Jurnal Statistika Dan Aplikasinya (JSA)*, 2(2).

Pakpahan, A., Prasetyo, A., & Negara, E. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah* (1st ed.). Medan: Yayasan Kita Menulis.

Panggabean, Sutrisno, Soehaditama J P, Febrian W D, Agusinta L, & Suryawan R F. (2023). “Green Marketing”An Analysis of Strategy Approach, Challenges, and Opportunities for Business (Study Literature Review). *Formosa Journal of*

*Multidisciplinary Research*, 2(4), 729–742.

<https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i4.3947>

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>

Putlely, Z., Andry Lesnussa, Y., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1–13.

Putra, R. N. (2018). *Peran Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pada Coffeee Shop Mahasiswa di Malang*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya. Malang.

Putranto, A., Langitasari, I., & Nursaâ, E. (2020). PENGEMBANGAN INSTRUMEN THREE TIER TEST PADA KONSEP ATOM, ION, DAN MOLEKUL. *Jurnal Zarah*, 8(1), 1-6.

Rainanto Hengky, B., Talib Bon, A., van Melle, J., Farradia, Y., & Mekaniwati, A. (2023). Achieving Sustainable Performance in the Hospitality Industry based on Environmental Management, Pro-Environmental Behavior, and Green Marketing Mix 7P. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(2), 178–190. <http://jdm.unnes.ac.id>

Rezki, M. A., & Hapsari, D. R. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 38-54.

Rizqiningsih, D. U., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai

- Variabel Intervening (Studi Kasus di Starbucks Coffee Kota Surabaya). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 242-256.
- Russo, D., & Stol, K. J. (2021). PLS-SEM for software engineering research: An introduction and survey. In *ACM Computing Surveys* (Vol. 54, Issue 4). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3447580>
- Sabilla, W. (2021). *Hubungan Pengetahuan dan Gaya Hidup Terhadap Frekuensi Konsumsi Kopi di Coffee Shop*. Skripsi. Universitas Katholik Soegijapranata. Semarang
- Sahoo, S., Kumar, A., & Upadhyay, A. (2023). How do green knowledge management and green technology innovation impact corporate environmental performance? Understanding the role of green knowledge acquisition. *Business Strategy and the Environment*, 32(1), 551–569. <https://doi.org/10.1002/bse.3160>
- Sanusi, Anwar (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Saolan., Sukainah, S., & Wijaya M. (2020). Pengaruh Jenis Kemasan dan Lama Waktu Penyimpanan Terhadap Mutu Bubuk Kopi Robusta (*Coffea robusta*). *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 6(2): 337 - 348.
- Sayyida, & Alwiyah. (2018). PERKEMBANGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) DAN APLIKASINYA DALAM BIDANG EKONOMI. *Jurnal "PERFORMANCE" Bisnis & Akuntansi*, 8(1), 10–26.
- Sinambela, E. A., Azizah, E. I., & Putra, A. R. (2022). The Effect of Green Product, Green Price, and Distribution Channel on The Intention to Repurchasing Simple Face Wash. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 156–162. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1766>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabet

Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Suhaily L, Darmoyo S, Boentoro S, & Dermawan P. (2020). Effect of Green Product, Green Price, Green Promotion and Green Place to Purchase Decision Mediated by Consumer Attitude on Green Coffee Shop. *Journal of Business Management and Marketing*, 3(8), 107–115.

Sulistyaningsih, D. A. Agribisnis, Teknologi, dan Tujuan Pembangunan ke 12 (Studi Kasus Penjualan Produk Makanan Merk kornet Sapi Pronas). E-paper Pengantar Ilmu Pertanian.

Swari, N. L. A. P., & Giantari, I. G. A. K. (2017). *Peran kepuasan konsumen memediasi hubungan nilai utilitarian dan nilai hedonik dengan loyalitas konsumen* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Upe J, & Usman A. (2022). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA STARBUCKS COFFEE DI KOTA MAKASSAR. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9(1), 1–14.

Wirawan, A. A., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone.