

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyusna, W., Rafidah, R., & Habibah, G. W. I. (2022). *Pengaruh Promosi, Sertifikasi Halal Dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Madu Kake'kecamatan Maro Sebo Muaro Jambi*. Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhilah, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Gerabah Kasongan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574.
- Aruna, S. T., Hariasih, M., & Pebrianggara, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Sakura Glow. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(2), 228–245.
- Azzahra, S. N. (2023). Pengaruh Environmental Awareness. Green Product, Dan Green Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bio2000 Formula Kuras Wc Studi Kasus Konsumen Di Surakarta. *Journal Of Social And Economics Research*, 5(2), 1650–1664.
- Britania, W., & Roosdhani, M. R. (2024). Pengaruh Perceived Quality, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Pada Konsumen Di Kabupaten Jepara). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 13(1), 92–106.
- Dewanta, S. (2024). *Kisah Inspiratif Shinta Nurfauzia Pendiri Mie Lemonilo, Sang Kreator Produk Sehat Bermutu*. Uwrite.Id. <https://Uwrite.Id/News/Kisah-Inspiratif-Shinta-Nurfauzia-Pendiri-Mie-Lemonilo-Sang-Kreator-Produk-Sehat-Bermutu>
- Dianti, NR, & Paramita, EL (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12 (1), 130-142.
- Diniyah, K. (2021). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea Selatan Pada Remaja Di Sidoarjo:(Studi Pada Pembelian Merek Nature Republic). *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 143–151.
- Fachri, A., & Zulaikah, Z. (2024). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan

- Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal Of Economics And Business Ubs*, 13(1), 335–345.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). *Universitas Diponegoro*.
- Hasman, H. C. P., Lubis, S. M., Salqaura, S. A., Alfifto, A., & Amelia, W. R. (2024). Pengaruh Green Product Dan Green Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wikstea Pada Mahasiswa Fakultas Kehutanan Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(1), 439–455.
- Hidayati, S. N., Rachmawati, E., & Kharismasyah, A. Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 19(1), 209–222.
- Jamila, P., & Siregar, S. (2022). The Influence Of Brand Image And Lifestyle On Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 9–19.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Boston: Pearson Education.
- Lumbangaol, N. (2024). *Pengaruh Green Product dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Tropical (Studi Kasus Pada Desa Huta Rakyat Sidikalang)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Mardiyah, S., Anggraeni, S. V., & Muzdalifah, L. (2022). The Role Of Green Products And Green Packaging In Purchase Decisions. *Greenomika*, 4(2), 116–127.
- Mongol, P., Purba, B., Tulim, A., Tarigan, P. S., & Pratiwi, E. A. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 749–755.
- Muhammad, N. (2024). *Indonesia, Konsumen Mi Instan Terbesar Ke-2 Di Dunia*. Databoks. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Produk-Konsumen/Statistik/93ac2451db5b87c/Indonesia-Konsumen-Mi-Instan-Terbesar-Ke-2-Di-Dunia>

- Mura, B. B., & Majid, N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shoope Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi. *Journal Sains Student Research*, 1(1), 549–560.
- Nuha, B. L., & Anwar, M. K. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1118–1127.
- Pertiwi, D. D., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Lemonilo Di Kota Jakarta. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(6), 9035–9042.
- Peter, J. Paul. & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, C. R. (2023). *Tren Makanan Sehat Menggebrak Di Indonesia, Wajib Baca Ini Demi Gaya Hidup Sehat*. SitubondonetWORK.Com. <https://situbondo.jatimnetwork.com/gaya-hidup/7489502770/tren-makanan-sehat-mengebrak-di-indonesia-wajib-baca-ini-demi-gaya-hidup-sehat>
- Rahmawati, A. D. S., & Soliha, E. (2024). Pengaruh Green Product, Green Advertising Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Unilever Indonesia, Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(1), 493–505.
- Riza, D. A. (2024). *Mie Instan, Salah Satu Makanan Favorit Orang Indonesia*. Radio Republik Indonesia. <https://www.rri.co.id/tanpa-kategori/987127/mie-instant-salah-satu-makanan-favorit-orang-indonesia>
- Rizaldy, R. (2024). *Ini Dia Alasan Mengapa Orang Indonesia Gemar Makan Mie Instan*. Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/raflyyanrizaldy6995/65adec54de948f30b6075722/ini-dia-alasan-mengapa-orang-indonesia-gemar-makan-mie-instan?page=all#section1>
- Rosyada, F. A., & Dwijayanti, R. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Green

- Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sukin. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11(3), 305–312.
- Samsiyah, S. N., Amalia, N. R., & Regita, N. A. (2022). Pengaruh Idol Kpop Sebagai Brand Ambassador, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *Solusi*, 20(4), 403–413.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku Konsumen*.
- Suryono, I. A., Alfian, A., & Sudaryatie, S. (2023). The Influence Of Green Product, Green Marketing, And Brand Image On Consumer Purchasing Decisions Of Bottled Water. *Journal Of Economics And Business Ubs*, 12(3), 1405–1415.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1671–1681.
- 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), 70–80.
- Yuniari, L. P., & Rahanatha, G. B. (2024). Pengaruh Green Product, Healthy Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Mie Lemonilo di Kota Denpasar). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 1397-1416.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh brand image, daya tarik iklan, dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian MS Glow (Studi kasus pada pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5.
- Zahroh, A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Di Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).