

DAFTAR PUSTAKA

AL-QUR'AN

Q.S. Al-Baqarah: 205

Q.S. Al-Hujurat: 6

Q.S. Al-A'raf: 56

Q.S. Al-Ma'idah: 32

BUKU

Aditya Wardhana, Z. (2024). *Uji Validitas , Uji Reliabilitas , dan Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Jalur Menggunakan SPSS* (Issue August).

Aiman, et al. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.

Alhempy, Siddiq et al. (2024). *Analisis Statistik Deskriptif dengan SPSS Interpretasinya*. Takaza Innovatix Labs.
<https://books.google.co.id/books>

Amrita, Suryawan. (2024). *Green Markrting (Dunia Baru dalam Dunia Marketing)* (Y. Agusdi (Ed.); Issue June). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.comAditya Wardhana, Z. (2024). *Uji Validitas , Uji Reliabilitas , dan Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Jalur Menggunakan SPSS* (Issue August).

Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Basuki, A. T. (2016). Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan Eviews). Danisa Media, 135.
<https://ekonometrikblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/02/buku-ekonometrika-1.pdf>

Bandur. (2018). Validitas dan Reliabilitas penelitian Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*. Mitra Wacana Media.
<https://core.ac.uk/download/pdf/187725992.pdf>

Buyanov. (2016). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In *Angewandte*

- Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
file:///C:/Users/acer/Downloads/referensi buku bab 2 proses keputusan pembelian 2.pdf
- Halim, Yudawisastra & Nabilah. (2024). *Green Marketing*.
<https://repository.penerbitwidina.com>.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 14, Issue 5).
- Karmagatri, M., Riswanto, A., Asih, H. M., Faishal, M., Munawar, A., Evitasari, R. T., Meilin, A., & Baroroh, N. (2023). *MANAJEMEN HIJAU: Teori dan Konsep* (Efitra & Sepriano (eds.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://eprints.uad.ac.id/>
- Kusumawardhani, R., Rizqiena, Z. D., & Astuti, S. P. (2021). *Ekonometrika Suatu Pengantar* (Issue February). CV Gerbang Media Aksara. <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/4745/1/C.1.a.1.2> Septin Puji Astuti_Ekonometrika.pdf
- Mahrinasari. (2020). *Perspektif Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), dan Theory of Consumer Behavior (TCV)*.
- Manongko, & Allen. (2018). Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior). In *Manado: Yayasan Makaria*. <https://www.studocu.com/id/document/universitas-mataram/ekonomi-dan-manajemen-energi/ebook-green-marketing/51796372>
- Magdalena, et al. (2019). Metode Penelitian Untuk Penulisan Laporan Penelitian. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Literasiologi. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/>
- Masruroh, et al. (2022). *Ekonomi Sirkular dan Pembangunan Berkelanjutan*. <https://books.google.co.id/>
- Nashrullah, M., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, N., & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). In *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>

- Nasib, Tambunan Debora, & Syaifullah. (2021). *Perilaku Konsumen* (M. Hasan (ed.); Issue Maret). Nuta Media. <https://www.researchgate.net/publication/358784067>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*. Sibuk Media. <https://ekonometrikblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/02/buku-ekonometrika-1.pdf>
- Setiadi, Nugroho J., and M. M. S. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Pranada Media Grup. <https://books.google.co.id/books>.
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*.
- Ummah, M. S. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). <http://scioteca.caf.com>
- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). Ragam Penelitian dengan SPSS. In *Tahta Media Group*.
- Wahyuni, M. (2020). Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS versi 25. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).
- Wibowo, I. A., Kom, M., & Si, M. (2022). *Model bisnis Lingkungan* (M. K. D. Dr. Joseph Teguh Santoso, S.Kom. (Ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik. https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_8799f9480d35d4ba14ed4a38a3e05c0f826ff94b_1642755718.pdf
- Widana. (2020). *Uji Persyaratan Analisis* (Vol. 15, Issue 1) PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING). Klik Media. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Wulandri & Mulyanto. (2024). *Keputusan Pembelian* (M. P. Dr. Fitri Rezeki, S.Pd. (Ed.); <http://rep>). PT Kimshafi Alung Cipta dan. [http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-Buku Keputusan](http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-Buku%20Keputusan)

Pembelian Konsumen-May 2024.pdf

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS. In *Mandala Press*

JURNAL

Adiyantie, I. I. (2024). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop Di Yogyakarta. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(2), 194. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i2.17152>

Attachment & Satisfaction. (2024). *Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Brand Satisfaction (Kepuasan Merek) Dengan Brand Attachment (Keterikatan Merek) Sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Pada Konsumen*. 17(2), 1913–1930. <https://www.jbbe.lppmbinabangsa.id>

Ardhana & Rahmawan. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–13. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4978>

Augtiah, Ihwan Susila & Wiyadi. (2022). Pengaruh Green Product, Green Advertising, Dan Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 10–26. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i2.1486>

Azizah, Carolina & Alfaizi. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 87. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11263>

Dahmiri, Hasbullah & Sari. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>

Fatimah, & Setiawardani, (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen the Body Shop Kota Bandung). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1089–1101.

<https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/1469>

Fernando. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12. file:///C:/Users/acer/Downloads.

Firmansyah & Purnamasari. (2019). Religiusitas, Lingkungan Dan Pembelian Green Product Pada Konsumen Generasi Z. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/>

Hardi & Gunawan,. (2025). Brand Image Dalam Mediasi PENGARUH GREEN Marketing Dan Green Product Terhadap Brand Loyalty. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 8(1), 1–8. file:///C:/Users/acer/Downloads.

Hidayati, Rachmawati & Kharismasyah. (2023). *Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.* 1(1), 209–222. file:///C:/Users/acer/Downloads/23.+Septiana+Nur+Hidayati (2).

Inyustisia,et al. (2024). *Pengaruh Green Product, Green Price Dan Environmental Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Kota Surakarta.* 13(2), 410–418. file:///C:/Users/acer/Downloads/40687-110527-1-PB (4).

Khansa & Sigit. (2024). Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Brand Image dan Keputusan pada Pembelian Produk The Body Shop di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen : Selekt Managemen*, 02(06), 66–78. <https://journal.uii.ac.id/selma/index>

Kristiana & Aqmala. (2023). Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Pengetahuan Produk dan Kesiediaan Membayar Terhadap Minat Pembelian Produk Ramah Lingkungan Pada “The Body Shop” Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 422–436. file:///C:/Users/acer/Downloads.

Marbun, Bukit, & Pane. (2024). Pengaruh Penggunaan Green Marketing Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 3(1), 634–648. file:///C:/Users/acer/Downloads/The_Influence_of_Using_Green_Marketing.

Mardapi. (2024). *Desain Instrumen Evaluasi Yang Valid Dan Reliabel*

- Dalam Pendidikan Islam Menggunakan Skala Likert*. 8(12), 855–861.
<https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jsm/article/view/8039/9056>
- Megananda, F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen Minuman Rtd (Ready To Drink) Di Kalangan Mahasiswa Kampus U Nesa Ketintang (Case: Coca=Cola Zero Sugar & Teh Botol Sosro Tawar). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1613–1622. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1613-1622>
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10. file:///C:/Users/acer/Downloads/jis_vyl,+Melinda (1).pdf
- Nandini, B. (2021). *Pemasaran ramah lingkungan sebuah cara menuju pembangunan berkelanjutan*. 20–27. file:///C:/Users/acer/Downloads/strategi green marketing.pdf
- Noviaty, E., Damayanti, N., Ekonomi, F., Mohammad, U., Thamrin, H., Ekonomi, F., Dirgantara, U., & Suryadarma, M. (2024). *Pengaruh Green Marketing dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Pada The Bodyshop Jakarta) Abstrak dilihat sebagai indikasi lain bahwa kepedulian lingkungan merupakan area yang potensial sebagai strategi bisnis (Menon & Men*. 5(2), 678–693.
- 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>
- Panggih, S., & Krisnadi, A. R. (2022). Pengaruh Ketersediaan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise Di Starbucks Food Centrum Sunter Jakarta Utara. *Bogor Hospitality Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.55882/bhj.v5i2.25>
- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376–1383. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40332>
- Puspasari, L. (2022). Pengaruh Environmental Awareness, Green Product

- Features, Green Product Price, Green Product Promotion terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Body Shop di DKI Jakarta. *Journal of Economics and Business UBS*, 11(2), 98–109. file:///C:/Users/acer/Downloads/93-Article Text-4153-1-10-20231125 (3).pdf
- Putra, Y. R., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Green Product , Green Brand Image , Dan Environment Knowledge Terhadap Green Purchase. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, 02, 1–21. <https://intropublicia.org/index.php/jabma/article/view/116/88>
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In Syahrani (Ed.), *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). Antasari Press. <https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf>
- Rahmah, N. (2024). *Keputusan pembelian konsumen : Dampak harga , lokasi , kualitas produk , dan citra merek*. 3(June), 67–87. file:///C:/Users/acer/Downloads/Keputusan+pembelian+konsumen+Dampak+harga,+lokasi,+kualitas+produk,+dan+citra+merek (1).pdf
- Rahmawati, A. D., & 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. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3702>
- Rahmawati, Maradita, F., & Hartini. (2021). Pengaruh Penerapan Green Marketing dan Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu UHT Ultramilk (Studi Kasus Masyarakat Kota Sumbawa). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–9.
- Rheina Febriane. (2022). Analisis Green Marketing Sebagai Global Strategi the Body Shop. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 817–826. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.1020>
- Rinandiyana, L. R., Kusnandar, D. L., & Bahren, B. (2018). *Literasi Ict Dan Perilaku Hedonist Dalam Memilih Tempat Wisata Di Kalangan Kelas Menengah Sebagai Pengaruh Gaya Hidup*. September 2018. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/1202>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling*

- Dalam Pendidikan*), 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Saharuddin, S., W. Prihatmono, M., & Karmila, K. (2020). Analisis Usability Google-Classroom Menggunakan Metode Skala Likert. *Jurnal Informatika Progres*, 14(4), 53–61. <https://www.jurnal.stmikprofesional.ac.id/index.php/Progress/article/view/184>
- Sakti, M. &. (2025). *Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo Di Kota Mataram*. 5. file:///C:/Users/acer/Downloads/ARTIKEL+NO+6+BAIQ+MAUDINA+R.pdf
- Samsudin, A., & Putri, S. A. M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal. *Jurnal Perbankan Syariah Dan Manajemen Bisnis Islam*, 01(01), 13–23. file:///C:/Users/acer/Downloads/84-Article Text-268-1-10-20230220.pdf
- Septia Ardhana, R. P., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–13. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4978>
- Septiani, S., & Indraswari, R. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor Factors Affecting Consumer Behaviour on Halal Cosmetic Product in Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 9(1), 59–73.
- Setiawan, C. K., Yanthy, S., Mahasiswa, Y., Dosen, D., & Unsurya, M. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9. file:///C:/Users/acer/Downloads/371-Article Text-683-1-10-20200116.pdf
- Sivaselvan, D., Samsai, T., & Mahendran, K. (2021). Impact of Green Products on Consumer Purchase Decision in Coimbatore City of Tamil Nadu. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 64–70. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2021/v39i730609>
- Suhendra, I. (2021). *Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*

Sebagai Variabel Intervening (Studi. February.
<https://doi.org/10.48181/jrbmt.v1i1.2606>

- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
 file:///C:/Users/acer/Downloads/160_166_ID_25 (1).pdf
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) (Survei Pada Pelanggan the Kings Resto Kupang). *Transformatif*, 10(1), 27–45. <https://doi.org/10.58300/transformatif.v10i1.162>
- Wardani, A. K., & Kurnianingsih, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Personal Selling, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Produk Maybelline. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(1), 91–100. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i1.2907>
- Wati, et al.. (2024). *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah Pengembangan Usaha Berbasis Ramah Lingkungan Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line (Studi Kasus Batik Lochantara).* 8, 12–24.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Yeni Sintya Wati, Sulistyowati, M. Soleh Mauludin, & Sidanatul Janah. (2024). Pengembangan Usaha Berbasis Ramah Lingkungan Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line (Studi Kasus Batik Lochantara). *Istithmar*, 8(1), 12–24.
<https://doi.org/10.30762/istithmar.v8i1.1007>

SKRIPSI

- Alsyaifa Damayati (2023) dengan judul “*Pengaruh Green product Dan Brand Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Menurut Ekonomi Syariah.* <http://repository.uinsuska.ac.id>.
- Puji Astutik (2023) dengan judul “*Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier*”.
<https://eprints.iain-surakarta.ac.id>.

Hanifatus Sa'diyah (2023) dengan judul "*Pengaruh Iklan Kampanye Green Beauty Dan Green Product Terhadap Brand image Serta Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian Konsumen Pada Garnier*". <https://repository.uinjkt.ac.id>.

Nurul Yusna Yunus (2021), dengan judul "*Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mybelline Pada Mahasiswa Fkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri Manado*". <https://repository.iainmanado.ac.id>.

Hari Wahyuni (2023), dengan judul "*Analisis Pengaruh Green Marketing Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Di Pasuruan Raya Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*". <https://jurnaluniv45sby.ac.id>.

WEBSITE

The Body Shop Indonesia. (2024). *Sejarah The Body Shop Indonesia*. Diakses dari: 23 September 2024. <https://www.thebodyshop.co.id/>