

## DAFTAR PUSTAKA

- A.J.H Mokoagouw, dkk (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian dalam menggunakan jasa Grab (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNSRAT MANADO). *Jurnal EMBA*. Vol.11, no.02 april 2023, hal. 290-300.
- A Apriany, G.G Gendalasari (2022). Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap Keputusan pembelian produk AMDK SUMMIT. *JIMKES (Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan)*.
- A Feriyansyah, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dikota Pagar Alam. (*Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi & Keuangan*). 3(1), 44-53.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(6), 473–483.
- Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1998). *Business marketing: understand what customers value*. *Harvard business review*, 76, 53-67.
- Andini. (2023). The Influence of Brand Ambassador and Brand Awareness on Purchase Decisions Moderated by Brand Image (Case Study on Shopee Users in Lowokwaru District, Malang City)
- Anggraeni, D. P., & Kumadji, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 171-177.
- Anindiawati, dkk. (2024). Pengaruh Product Quality, Price, Promotion Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife. (*Jurnal Ekonomika & Bisnis Islam IAIN Kudus*).
- Arianto. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian. *Jurnal pemasaran kompetitif* 3 (2), 12-22,2020.
- A Santoso. (2023). Pengaruh desain kemasan, citra rasa, harga terhadap Keputusan pembelian teh botol sosro. (*AKSIOMA: Jurnal Manajemen*), Vol.2 No.2, hal 108-113.

- A Santoso, & WA Kadek. (2023). Pengaruh Desain Kemasan, Citra Rasa, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro. *Aksioma: jurnal manajemen*. Vol.2, No.2. Hal 108-113.
- Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di Makassar. *Management Development and Applied Research Journal*, 3, 18–32.
- Astuti, dkk. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness Lazada terhadap Keputusan pembelian online. (*jurnal ekonomi dan bisnis udayana*).
- Azwar. (2010). "Sikap Manusia teori dan Pengukurannya". Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bagaskara, B. P., & Kana, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen iPhone pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta. 2(1), 35–56.
- Bakti, Umar. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi* 22.1 (2020): 101-118.
- BAS Pertiwi (2021) PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS LOKAL KERJODALU. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 9 No 3 Tahun 2021*
- Buku komoditas teh 2018-2020.indd <https://satudata.pertanian.go.id>.
- Cahyani. (2021). Analisis pengaruh green marketing dan brand awareness terhadap Keputusan pembelian konsumen produk merek aqua. *Jurnal ilmu manajemen* 11(1) :69-80
- CM Gunarsih, dkk. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungan Amurang. *Productivity*, Vol.2 No.1, 2021.
- Darmawan, dkk. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap Keputusan pembelian raket yonex. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, dan Manajemen TRI BISNIS*, Vol 2, No 2, 2020.
- D Ismiatun, dkk. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). (*Jurnal Ilmi Administrasi Bisnis*), Vol.11, No.4.
- Engel dan Miniard (2005). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minuman Teh Siap Minum (Ready to

- Drink) Merek Teh Botol Sosro Di Surakarta. *AGRISTA*: Vol. 9 No. 1 Maret 2021: 100-109.
- Erdawati, dkk. (2021). Study of product quality aspects, price and halal labels on the purchase decision of HPAI herbal products. *Jurnal (IJEBAR)*.
- Ernawati. (2021). Analisis pengaruh promosi, harga, dan citra merek terhadap Keputusan pembelian E-commerce Zalora di Jakarta.
- FA Rosyada, & R Dwijayanti. (2023). Pengaruh green marketing dan green product terhadap Keputusan pembelian produk sukun. (*jurnal Pendidikan tata naga*) PTN.Vol 11. No 3.
- Ferdinand. (2014). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ganesha, T. P., Rinanda, S., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Store Di Instagram. *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 129-136.
- Gracelda & Harini. (2022) “pengaruh brand ambassador, daya Tarik iklan, dan product packaging terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik wardah exclusive matte lip cream. *JIMMBA (jurnal ilmiah mahasiswa manajemen, bisnis dan akuntansi)*, 4(4) 2022.
- Hartono. (2011). *Metode Penelitian*. Zafana.
- Hasyim, M., & Listiawan, T. (2014). Penerapan Aplikasi IBM SPSS Untuk Analisis Data Bagi Pengajar Pondok Hidayatul Muftadi'in Ngunut Tulungagung Demi Meningkatkan Kualitas Pembelajaran dan Kreativitas Karya Ilmiah Guru. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 28–35.
- Hawa, S.D, dkk. (2023). pengaruh penetration pricing dan peningkatan motivasi konsumen terhadap Keputusan pembelian mie konyol bumiayu. *Prosiding seminar nasional manajemen dan ekonomi*, vol.2(1),18-36.
- Herawati, H. (2019). Pengaruh promosi dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian sariayu putih langsung. (studi kasus pada Factory outlet pt. martina berto tbk). *jurnal ekonomi dan bisnis* 2(1), 17–35.
- Irvan, dkk. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk artfresh. *PERFORMA: jurnal manajemen dan start-up bisnis*. Vol 5, no 6 2021.
- Izzani, T. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Love Beauty Planet (Studi Kasus Di Giant Pasar

- Minggu). JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen VOL. 1, NO. 2, April 2021 PENGARUH, 1(2), 150–157.
- Jaya, dkk. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ETSUKO KITCHEN MANADO. Jurnal EMBA Vol. 11 No. 4 Oktober 2023, Hal. 1425-1434.
- Jodi. (2021). Pengaruh green marketing, persepsi harga dan electronic word of mouth terhadap Keputusan pembelian pada PT. Karya Pak Oles Tekcer Di Denpasar. Jurnal ilmu manajemen
- John E.H.J FoEh, dkk. (2023). Pengaruh periklanan, harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada produk the botol sosro di tokma cibitung (studi kajian Pustaka). Jurnal ekonomi manajemen system informasi. 4(3) 2023.
- Juli, dkk. (2021). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan digital marketing terhadap Keputusan pembelian pada angelo store ubud bali. 2(2) tahun 2021.
- Kloter, Philip. (2011). Manajemen pemasaran diindonesia: analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid Dua. Erlangga: Jakarta.
- Kusnadi, D.S., and Darma, G.S. (2018). Menakar Implementasi Green Marketing Pada Usaha Kecil Menengah, Jurnal Manajemen & Bisnis, 15 (1): 1-18.
- Martianto, Iriani dan Witjaksono. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN. JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 7 No. 3, 2023. <https://www.researchgate.net>
- Mehta Cyrus, R., & Patel Nitin, R. (2013). IBM SPSS Exact Test. *Massachusetts: Cytel Software Corporation and Harvard School of Public Health.*
- Meilani, dkk. (2024). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap Keputusan pembelian pizza hut delivery cabang plaju.
- MR Darmawan, dkk. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Raket Yonex. (Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, dan Manajemen TRI BISNIS). Vol 2, No 2.
- Muharam, dkk. (2017) kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan Keputusan pembelian konsumen honda mobilio. <https://www.unisbank.ac.id>.

- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *JURNAL DAYA SAING*, 7(2).
- Nanda & lili. (2023). Pengaruh Korean wave, brand ambassador dan brand awareness terhadap brand image serta dampaknya pada Keputusan pembelian. (survey online pada pengguna skincare produk scarlett whitening Di Ciayuma jakuning). *Jurnal bisnis manajemen dan kewirausahaan*, vol.4, no. 2 tahun 2023.
- Nehemiah S. (2010). Analisis pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan: waroeng special sambal cab. Sompok. Fakultas ekonomi. Universitas diponegoro, semarang.
- N Lailiyah, & Fauzan. (2022). Pengaruh Kemasan (Packaging) dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Home Industry Kopi Mangrove Di Pasuruan. *An-Nibraas*, vol 1 No.02 Oktober 2022.
- N Melia, & A Mauludi. (2023). Pengaruh Harga, Kemasan Produk, Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian konsumen yang diintervensi oleh variabel kepuasan konsumen pada toko virsya jajanan oleh-oleh khas Trenggalek. (*J-MAS: Jurnal Manajemen Dan Sains*),8(1),2023:976-989.
- Nurmasari. (2018). Analisis pengaruh buaran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian teh botol sosro (studi kasus konsumen alfamart cabang ayahanda). Vol.9 no.1 (2018).
- Onsardi, dkk. (2022). Pengaruh packaging dan social media marketing terhadap Keputusan pembelian kopi bubuk di desa tanah hitam. *Jurnal manajemen modal insani dan bisnis*. Vol 3, no 2 (2022).
- Purnama, dkk. (2019). Green marketing dan quality brand sebagai prediktor perilaku konsumen dan dampaknya terhadap Keputusan pembelian produk. *Jurnal.undiknas.ac.id*.
- Resmi. (2015). Pengaruh kemasan dan harga pada Keputusan pembelian minuman isotonik. *JMBS (jurnal manajemen dan bisnis sriwijaya )* Vol.13 No.1 Maret 2015.
- Rochmatin, dkk. (2023). Pengaruh co-branding celebrity worship dan packaging design terhadap Keputusan pembelian shampoo clear tinytan.
- Rohim, dkk. (2021). Pengaruh brand ambassador dan brand awareness terhadap Keputusan pembelian dimoderasi oleh brand image (studi kasus pada pengguna shopee di kecamatan lowokwaru kota malang). *Manajemen studies and entrepreneurship journal*. Vol 4(1) 2023: 867-878.

- R Rahmawati, et al. (2021). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian (pada Konsumen Air Mineral Aedes di Garut). *Journal of Knowledge Management Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Garut. Journal of Knowledge Management Rahmawati, et. al.* Vol. 15; No. 1; Tahun 2021. Halaman 014-026
- Rustandi, dkk. (2021). Pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian konsumen pada brand fashion full and bear di Bandung. Vol 7(6) 2021.
- Sari. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian, kualitas produk, harga, kompetitif, lokasi (literature review manajemen pemasaran). Vol.2, No.4 (Maret 2021).
- Sari. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian (survey pelanggan produk Sprei Rise). *Jurnal ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Ekonomi)* vol. 5 No.3, 2021.
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37–48.
- Semuel, dkk. (2018). Promosi melalui sosial media, brand awareness, purchase intention Pasa Sepatu Olahraga. *Jurnal manajemen pemasaran* vol. 12, no 1, (2018), 47-52.
- Setiagraha, dkk. (2023). Pengaruh green marketing terhadap minat beli serta Keputusan pembelian minimarket, Alfamart Kota Palembang. ([jurnal.uss.ac.id](http://jurnal.uss.ac.id)) 2020.
- Setyawati, T., and Darma, G.S. (2018). Efektifkah Experiential Marketing di Sebuah Rumah Sakit? *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15 (1): 160-175.
- Sinaga, T.M. & Wijaya, R. (2022). “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Makan Leidong Food Medan”. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), PP.1-11.
- Simon, H. A. (1957). *Models of man: social and rational; mathematical essays on rational human behavior in society setting*. New York: Wiley.
- S.Syaifuddin. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian PT EICO Indonesia Sejahtera.
- Sugiyono. (2006). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukimana & Salam. (2021). Analisis Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 11, Issue 1 December, 2021, Page 69-80.
- Suliyanto (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Aplikasi dengan SPSS*. Andi.
- Suriah, N., & Utamaningsih, A. (2023). Pengaruh kemasan dan display produk terhadap Keputusan pembelian di kampung coklat blitar. *Jurnal aplikasi bisnis*, 9(2), 31-35. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i2.3376>
- Sutrisno, dkk. (2022). Analysis of the role of product quality and visual identify on purchase intention of packaged tea products. *MSEJ (manajemen studies and entrepreneurship journal)*. Vol 3(6) 2022.
- Top Brand Award. (2023). <http://www.top-brand-award.com>.
- Utomo, dkk. (2022). Pengaruh Green Marketing dalam Sosialisasi “Diet Kantong Plastik terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Eco Bag (Tas Belanja Ramah Lingkungan) Alfamart melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. (Studi Pada Konsumen Alfamart di Kabupaten Pati).
- Viana, E. O., & Hartati, R. (2022). “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” (Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” di Daerah Istimewa Yogyakarta). 3(2), 149-164.
- Yulianti. (2020). Pengaruh Brand Iamge, Green Marketing Strategy, dan Emosional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald’s. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan bisnis*. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>.