

DAFTAR PUSTAKA

- Alwitri, Y., Tria Putri, L., Diantara, L., & Bangkinang, S. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Penjualan Pada Klinik Selera Di Bangkinang Kota Analysis Of The Effect Of Promotion Throught Social Networks On Sales At Klinik Selera In Bangkinang City. <https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/download/233-241/48>
- Andriana, N. C., & Ngatno. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di kota Semarang). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/26322>
- Ani, F. D. (2019). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Potensi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Utilization Of Instagram As A Promotion Media For Tourism Potentials Of Tourism Office Of Kabupaten Sleman. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/download/16368/15838>
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA*, 1.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution, Ed.). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ariadi, A., Yusniar, M. W., & Rifani, A. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin). <https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/download/58/52/215>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Udin Saripudin, Ed.). www.freepik.com
- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1169–1172.
- Azahra, F., & Hadita. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina
- Calistia, M. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tip Top Supermarket Cimone (Vol. 1, Issue 3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Chi, N. T. K. (2021). Understanding the effects of eco-label, eco-brand, and social media on green consumption intention in ecotourism destinations. *Journal of Cleaner*

Production, 321, 128995. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128995>

Debby, A., & Arifin, C. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mcdonald's Sarinah Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/6438/5328>

Dewi, A. W. W., Febriani, S. N., Destriy, A. N., & Tamitiadini Dian. (2022). Teori Perilaku Konsumen (Pertama). UB Press. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RbyfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Keputusan+pembelian+adalah+sebagai+serangkaian+pilihan+yang+dilakukan+konsumen+sebelum+membeli+barang+dan+menggunakan+jasa+yang+ditarakan+perusahaan.+Serangkaian+pilihan+tersebut+dipengaruhi+oleh+faktor+internal+dari+dalam+diri+dan+eksternal+yang+berasal+dari+++lingkungan+sekitar+konsumen.+Keputusan+pembelian+adalah+suatu+hal+yang+terjadi+saat+penjual+dan+pembeli+melakukan+transaksi+uang+dalam+hal+tersebut+konsumen+sebagai+pembeli+yang+akan+memberikan+keputusan,+ingin+membeli+barang+tersebut+atau+tidak++&ots=UOvaHDbnS&sig=1JvGSETsE_XlpeNBPULFyQXAaO4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Dewi Anggraeni, A., Thorfiani, D., & Hidayat, I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Testimoni Sosial Media terhadap Minat Beli Generasi Z pada McDonald Setiabudi Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 8(2).

Elian Tania, A., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*. IX, 75–84.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).

Ero, F., & Gunadi, W. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Arabian Fried Chicken Di Cawang Otista. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/download/130/136>

Esakki, T. (2017). *Green Marketing and Environmental Responsibility in Modern Corporations*. IGI Global book series Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services (AMCRMES). https://www.google.co.id/books/edition/Green_Marketing_and_Environmental_Responsion/z-ruDQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&kptab=overview

Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2>

Firmasnyah. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*.

- Fitaloka, J., & Kusuma Merta. (2022). *The Effect Of Green Marketing, Green Product And Trust On Purchase Decisions At KFC BIM Bengkulu City*.
- Fitria, N., Fatimah, S., & Setiawardani, M. (2019). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Bandung). 1084–1101.
- Fuadah, A. (2023). Penggunaan Strategi Promosi melalui Media Sosial.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed., Vol. 1). Universitas Diponegoro, 2018. <https://onsearch.id/Record/IOS2851.slims-19545>
- Ghozali, I. (2020). Structural equation modeling : metode alternatif dengan partial least square (PLS) (2nd ed., Vol. 1). Semarang: Program S3 Ilmu Ekonomi, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, 2006. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=607377>
- Grant, J. (2020). Greener Marketing (First Edition). *TJ International Ltd.*,
- Herlina, V. (2019). Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS (Vol. 1). https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=WTOyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=herlina+2019+kuesioner&ots=RyX5dW7qgX&sig=FwRrdbR7TM0EQtrB6b7vuzKM1Jw&redir_esc=y#v=onepage&q=herlina%202019%20kuesioner&f=false
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (Pertama). Unitomo Press, 2019. https://books.google.co.id/books/about/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN.html?hl=id&id=PYfCDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Intansari, M., & Muslichah, I. (2022). *Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Minat Beli Konsumen pada Kosmetik Ramah Lingkungan di Indonesia* (Vol. 01, Issue 04). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Istighfarin, R. A. F. N. L. R. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald's Taman Pinang Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*. <https://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/manajemen-ubhara/article/view/936>
- Kotler, Amstrong, G. H., & Piercy, N. (2017). *Principles of Marketing: Vol. VIII* (17th ed.). Pearson. https://www.google.co.id/books/edition/Principles_of_Marketing/tja8DAEACAAJ?hl=en&kptab=morebyauthor
- Kotler, & Keller. (2016). Marketing Management (16th ed.). *Pearson Education*: Harlow., 2022.
- Kotler, M., Cao, T., Wang Sam, & Qiao, C. (2020). Marketing Strategy in the Digital Age:

- Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing. *World Scientific Publishing*.
<https://en.zlibrary-id.se/book/11094270/1227a3>
- Kurnianto, T. Y. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @Tempatbiasa.Kopi). <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/2001/1/ARTIKEL%20YERI%20TRI%20KURNIANTO%20NPM%2016110062.pdf>
- Laimu, M., Muhtarom, A., & Kusbandono, D. (2023). Determinasi Digital Payment, Persepsi Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli Pada Cv Sido Makmur Di Babat Lamongan. *Jurnal PETA*.
- Lestari, A. D., & Syarif, R. (2021). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken (Studi Kasus KFC Buaran Plaza). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1703/1404>
- Manongko, C. A. A. (2018). Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior) *Penerbit: Yayasan Makaria Waya* (Mieke O. Mandagi, Ed.). Yayasan Makaria Waya.
- Mazwan, M. Z., Imran, M. I., & Mumpuni, G. (2022). Selera Penduduk Kota Terhadap Fast Food (Studi Kasus Konsumen 7sevenchicken Malang, Indonesia). *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(2), 289–298. <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.2.289-298>
- Meme, R., & Byre, O. R. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli Konsumen Roxy Swalayan Ende.
- Mumtahanah Nurlestari, D., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening Di Kota Madiun).
- Musa, M. I. (2019). Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar (Vol. 5). www.samsung-site.com
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 741. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>
- Ngatno. (2018). Buku Manajemen Pemasaran Baru.
- Novitasari, A. D., & Setyo Iriani, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Domino's Pizza Deltasari Sidoarjo). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 717–736. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.86>

- Nuraisyah, W., & Nuzil, R. N. (2023). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Starbucks Di Sekitar Purwosari). <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/1084/1056>
- Prabandari, P. Y., & Widagda, K. J. A. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Word Of Mouth Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3301. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p20>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Siswa Ngawi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Febi Uin Saizu Angkatan 2019-2022). 10–15.
- Putri Sari, S. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. 8(1), 147–155.
- Rahul, V., & Vannie, N. (2019). *Green Marketing as a Positive Driver Toward Business Sustainability* (V. Rahul & N. Vannie, Eds.). IGI Global. https://www.google.co.id/books/edition/Green_Marketing_as_a_Positive_Driver_Tow/TwyjDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1
- Rindana, & Emeilia, I. (2021). Bauran Komunikasi Pemasaran Produk UMKM Aprilia Mahar Design Pada Masa Pandemi Covid-19 Dan New Normal. www.adb.org
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen (1st ed.). *Deepublish*.
- Riyoko, S. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. <https://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/305/>
- Saleh, Y. M., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sorbin, Ed.; Pertama). CV SAH MEDIA. https://books.google.co.id/books/about/Konsep_dan_Strategi_Pemasaran.html?id=pZu-DwAAQBAJ&redir_esc=y
- Sanjiwani, S. M., & Ketut Westra, I. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pixy Lip Cream Di PT Mandom Indonesia Tbk Bali Tahun 2022 The Influence Of Brand Image And Price On Pixy Lip Cream Buying Decision At Pt Mandom Indonesia Tbk Bali 2022* (Vol. 3). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7122519>
- Sari, M., Frendy, T., Pelleng, A. O., Punuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). In *Productivity* (Vol. 2, Issue 5).

- Sawitri, I. G. A. T. D., & Rahanatha, G. B. (2019). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5267. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p22>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). USA : Pearson prentice hall. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=18869>
- Seferan, A. A. F. (2019). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Air Mineral Merk Ades di Kota Malang).
- Senduk, I. F. A., Tulung, J. E., & Arie, F. V. (2021a). The Effect Of Brand Image, Price Perception, And Promotion On Purchase Decision At Pizza Hut In Manado Pengaruh Dari Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA*, 9, 1134–1143.
- Senduk, I. F. A., Tulung, J. E., & Arie, F. V. (2021b). The Effect Of Brand Image, Price Perception, And Promotion On Purchase Decision At Pizza Hut In Manado Pengaruh Dari Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA*, 9, 1134–1143.
- Setiadi, J. N. (2015). *Perilaku Konsumen* (5th ed.). Kencana Prenadamedia Group. <https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sitorus, F. O., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran* (1st ed.). http://repository.uhamka.ac.id/7923/1/BUKU%20AJAR_STRATEGI%20PROMOSI%20PEMASARAN.pdf
- Sitorus, S. A., Romli, A. N., Tingga, P. C., Sukanteri, P. N., & Kurniawan, P. A. (2020). Brand Marketing Theart Of Branding (A. Sudirman, Ed.; 1st ed.). [https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/2937/1/3.%20Buku%20Book%20Chapter%20%20-%20%20BRAND%20MARKETING%20THE%20ART%20OF%20BRANDING%20\(1\).pdf](https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/2937/1/3.%20Buku%20Book%20Chapter%20%20-%20%20BRAND%20MARKETING%20THE%20ART%20OF%20BRANDING%20(1).pdf)
- Suarmaja, I. B. K., Suarmanayasa, I. N., Susila, G. P. A. J., & Atidira, R. (2023). Word of Mouth Marketing atau Social Media Marketing yang Lebih Efektif dalam Keputusan Memilih Program Studi S1 Manajemen Di Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Suarmaja, I. B. K., Susila, G. P. A. J., & Atidira, R. (2023). Word of Mouth Marketing atau Social Media Marketing yang Lebih Efektif dalam Keputusan Memilih Program Studi S1 Manajemen Di Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Sudarsono, H. (2021). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Vol. VII* (2020th ed.). CV. PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RND* (7th ed.).

ALFABETA BANDUNG.

- Surnasi. (2020). *Konsep strategi pemasaran banyak ahli marketing*. <https://www.coursehero.com/file/p1oaupsb/Konsep-Strategi-Pemasaran-Banyak-ahli-marketing-mengatakan-bahwa-kepuasan/>
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2022). *Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan*. 01(01), 31–42. <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/smb/article/view/22>
- Tegar, M. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Minat Beli (Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta)*. 16(2). <http://www.halalcorner.id/daftar-kosmetik->
- Vanny Maruli Tua, G., & Ira Meike Andariyani, dan. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru*. 1(4).
- Wibowo, O. H., & Rahayu, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo*. 1.
- Winata, J., & Bernadine, B. (2022). *Pengaruh green marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Mcdonald's di Jakarta Utara*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 2623–2641. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Yoeliastuti, Iis Kartini, & Retno Widowati. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Motivasi Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Mc. Donald*. *LICOVBITECH*. <https://prosiding.lp3ijkt.ac.id/index.php/licovbitech/article/view/23/19>
- Yuliani, W., & Supriatna, E. (2023). *Metode Penelitian Bagi Pemula* (P. Utomo, Ed.; pertama).
- Yulianti, R. D. M. N. (2020). *Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's*. 69–70. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2410/701>
- Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru*. 12, 311–329.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis data penelitian : teori & aplikasi dalam bidang perikanan* (I. Marsuki, Ed.; Pertama, Vol. 1). Bogor: IPB Press. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1196804>