

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2019). *Strategic Market Management*. Jhon Wiley & Sons Inc.
- Ahmad, A. K. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Di Lampung. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–13.
- Amalia Fatimatuzahra, & Evi Selvi. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Petani Padi Pupuk Bersubsidi PT.Kujang- Studi Kasus pada (kios-kios) di Wilayah Karawang Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 24–34.
- Amstrong, M. (2018). *Performance Management*. Clays, Ltd. St. Ives ple., England.
- Anggraini, F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *JUPE, Volume 08*.
- Anggriani, L., & Yusuf, H. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pupuk Pada PT Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *Journal of Management*, 3(Juni), 14.
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114.
- Ardiansyah, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Non Subsidi UD. Tani Makmur Kecamatan Pantai Cermin (Studi Kasus Kelompok Tani Desa Ujung Rambung). *Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1–13.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi). Rineka Cipta.
- Audina, M., & Handayani, R. (2021). How Intrinsic Motivation, Work Discipline, and Organizational Citizenship Behavior Affect Employee Performance. *Jurnal Mantik*, 5(3), 2122–2127.
- Bilson, S. (2021). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Bitner, & Zeithaml. (2019). *Service Marketing (3rd ed.)*. Tata McGrawHill.
- Chasanah, U., & Fauzan, M. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Layanan dan Program Promosi terhadap Keputusan Pembelian Berkelanjutan. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 1–16.
- D'Souza, & Et, C. (2020). Green Products And Corporate Strategy : An Empirical Investigation. *Society and Business Review*, 1(2), 144–157.
- Dai, Y., & Widajanto, M. B. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terha. *Journal Global*, 07(02), 42–53.
- Farahrozi, F., & Verinita, V. (2020). Pengaruh Awareness of Green Product, Price, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Green Product the Body Shop Di Kota Padang.

- Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(1). <https://doi.org/10.30811/ekonis.v22i1.1904>
- Fekete-farkas, M. (2020). *Why Not Green Marketing ? Determinates of Consumers ' Intention to Green Purchase Decision in a New Developing Nation*.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. FEB Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. (2019). *Multivariate Data Analysis* (New Intern). Pearson.
- Hendarsih, I. (2019). Analisis konsep green product sebagai pelaksanaan etika bisnis pada perusahaan. *Widya Cipta*, 1(1), 76–85.
- Hidayah, M. R., Sugandini, D., & Wisnalmawati. (2022). Mediasi Sikap Konsumen pada Pengaruh Green Product, Green Advertising, Green Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 46–62. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.841>
- Irawati, R. S., & Nawangsih. (2019). Pengaruh Green Marketing dan Green Product terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Organik di Kios Tani Mulyo Kedungrejo Kabupaten Lumajang. *Ilmu Manajemen Advantage*, 01(1), 52–63.
- Jayathilaka. (2019). Impact of green marketing on consumer purchase intention and sustainable development. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(6), 165–169. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11558.86084>
- K'ombwayo, C. O., & Iravo, M. A. (2018). The Influence of Consumer Sales Promotion on Buying Behavior of Three-Wheeled Vehicles in Nairobi County. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 8(11), 459–474. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.8.11.2018.p8350>
- Kertajaya, H. (2019). *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: Indeks*. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kusumawati, E. (2019). Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Sebagai Dampak dari Implementasi Green Advertising. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 19(1), 57. <https://doi.org/10.31599/jki.v19i1.394>
- Le, Q. H. (2021). *Factors Affecting Consumer Purchasing Behavior : A Green Marketing Perspective in Vietnam*. 8(5), 433–444. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0433>

- Leonnard. (2020). Perceived Service Quality, Perceived Value for Money, Satisfaction and Repurchase Intention: an Evaluation. *Nt J Commer Financ*, 4(1), 40–51.
- Lupiyoadi. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat.
- Masturoh, L. M. (2019). Pengaruh Green Product, Green Advertising, Dan Green Brand Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Green Bag Di Carrefour Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Un Brawijaya*, 5(1).
- Mardiyah, Siti, Siska Vivi Anggraeni, Laily Muzdalifah, (2022) Peran Green Product dan Green Packaging Purchase Desicion, *Jurnal Grenomika*, Vol 4 No 2 Hal 116-127.
- Mukaromah, A. L., Ngurah, I. G., Eka, A., & Kusuma, T. (2019). *The Effect of Green Marketing , Brand Awareness and Price Perception on Purchase Decision*. 4(3).
- Novansa, H., & Ali, H. (2019). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products) 1. *Saudi Jouurnal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 621–632. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2019). Avoiding green marketing myopia: Ways to improve consumer appeal for environmentally preferable products. *Environment*, 48(5), 22–36. <https://doi.org/10.3200/ENVT.48.5.22-36>
- Rahmadani, D. A., & Roni, M. (2022). *Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan terhadap Kesadaran Merek Lemari Es*. 10(3), 922–936.
- Retnaningtyas, D. (2020). The Influence of Green Brand towards Green Personal Care Product Purchase Decision with Green Knowledge as Moderating Variable (A Study on “Original Source” Consumers in Malang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 1–33.
- Rozi, Purwati, M. I., & Mumin, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Nitroku 161616. *Jurnal Manajemen Jambi*, 6(2), 37–53.
- Santoso, I., & Fitriani, R. (2019). Green packaging, green product, green advertising, persepsi, dan minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 9(2), 147-158.
- Setiyaningrum, A., Udayana, J., & Efendi. (2019). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Andi.
- Solehat, Imelda, Ani Muani, Eva Dolorosa, 2019, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pupuk NPK Non Subsidi di Kecamatan Binjai Hulu Kabupaten Sintang, *Jurnal Social Economic of Agriculture*, Vol 6 No 2, Hal
- Shiffman, & Kanuk. (2018). *Consumer Behaviour (10th ed)*.
- Shinta, A., Muhaimin, A. W., Fikriah, F., & Palupi, P. (2019). Analisis Brand Image Dan Brand Awarness Pupuk Bio Organik (Studi pada Petani Pengguna Pupuk Merek “POMI” di Kota Batu). *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 11(2), 227.
- Stanton, W. (2017). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

- Swastha, B., & Irawan. (2018). *Asas-asas Marketing*. Liberty.
- Tecoalu, M., Tj, H. W., & Ferdian, F. (2021). Effect of Price Perception and Brand Awareness on Service Quality Mediated By Purchasing Decisions. *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(4), 183–195.
- Tjahja, S., Djajadiningrat Yeni Hendriani, D., & Famiola, M. (2014). **Green**. Economy Edisi Revisi. Rekayasa Sains Bandung
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia.
- Umar, H. (2018). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Utami, Diah Siti, 2019, Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Website, dan Green Marketing terhadap Minat Beli Konsumen The Body Shop (Studi Kasus di Jakarta dan Tangerang Selatan, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 3 No 1 Hal 1-17.
- Yu, W., Han, X., Ding, L., & He, M. (2021). Organic food corporate image and customer co-developing behavior: The mediating role of consumer trust and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(November 2020), 102377.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business*, 5(c), 559–573.