

DAFTAR PUSTAKA

- Agag, g., ali durrani, b., hassan abdelmoety, z., mostafa daher, m., & eid, r. (2024). Understanding the link between net promoter score and e-wom behaviour on social media: the role of national culture. *Journal of business research*, 170(september 2022), 114303. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114303>
- Ajzen. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes*. 179–211.
- Ali hanafiah, & arief bowo prayoga kasmoo. (2019). Pengaruh promosi terhadap brand image pada pengambilan keputusan menjadi mahasiswa universitas mercu buana. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*, 2, 571–585.
- Amelia, p., & muntaha, a. (2024). Strategi promosi silang dalam peningkatan penjualan produk makanan. *Jurnal ilmu komunikasi efek*, 7(2), 167–176.
- Andriani, r., & yuniasih, i. (2023). Analisis brand equity produk teh botol sosro berdasarkan brand association. *Jurnal sekretari universitas pamulang*, 10(2), 221–228. <https://doi.org/10.32493/skr.v10i2.31496>
- Anggraini, n., barkah, q., & hartini, t. (2020). Pengaruh promosi, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek produk rabbani di palembang. *Jurnal neraca: jurnal pendidikan dan ilmu ekonomi akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Anggriani, n. L. ., & hamali, a. Y. (2020). Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk handuk pada pt tatapusaka sentosa textile mills bandung. *Journal of management*, 3(juni), 14.
- Ani, j., lumanauw, b., & tampenawas, j. L. A. (2021). Pengaruh citra merek, promosi, dan. 663 *jurnal emba*, 9(2), 663–674.
- Ardiansyah, m. F., & khalid, j. (2022). Pengaruh promosi, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di angkringan nineteen. *Jurnal ilmiah multi disiplin indonesia*, 1(10), 1419–1430.
- Ardiyansyah, n., & purnama, s. (2024). Engaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal ekonomi, akuntansi dan manajemen*, 3, 323–345. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2374>
- Arikunto. (2020). *Prosedur penelitian, suatu pendekatan praktik*. Pt. Rineka cipta.
- Barreto, j. S., komang, l., dewi, c., & ximenes, l. (2023). *Jurnal multikultural internasional dan pemahaman multireligius pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pt air minum dalam kemasan di distrik liquiça , dili – timor leste*. 332–340.
- Budianto, y. P., & budiatmo, a. (2019). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan brand image sebagai variabel mediasi. *Journal of business economics and agribusiness*, 220–229. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26326>
- Cahyono, y., suryani, p., & januari yanti, a. (2023). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di dealer wahana cisoka kabupaten tangerang. *Journal intelektual*, 2(1), 94–102. <https://doi.org/10.61635/jin.v2i1.136>

- Dewi, n. P. A., fajariah, f., & suardana, i. M. (2023). Pengaruh content marketing dan electronic of mouth pada platform tiktok terhadap keputusan pembelian di shopee. *Kompeten: jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis*, 1(4), 178–190. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.23>
- Effendy, j. A., & tanjung, j. (2023). Pengaruh kualitas aplikasi, electronic word of mouth, dan kualitas aplikasi terhadap keputusan pembelian konsumen shopee. *Performa*, 8(1), 20–32. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i1.3201>
- Elizabeth, r., & anugrah, i. S. (2020). Akselerasi hilirisasi produk agroindustri berdayasaing mendongkrak kesejahteraan petani dan ekonomi pedesaan. *Mimbar agribisnis: jurnal pemikiran masyarakat ilmiah berwawasan agribisnis*, 6(2), 890. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i2.3604>
- Ghozali, i. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25. Edisi 10*. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Haghshenas, r., gilani, n., somi, m. H., & faramarzi, e. (2024). The mediation effect of liver and anthropometric indices on the relationship between incidence of diabetes and physical activity: results of 5-year follow up azar cohort study. In *journal intelektual* (24(1)). BMC public health.
- Hardiansyah, m. M. (2024). Pengaruh produk, e-wom terhadap keputusan pembelian di mediasi citra merek pada konsumen lorions kopi di magetan. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*, 13(1), 1–22.
- Istiyanti, e., rahayu, l., & sriyadi, s. (2018). Pengembangan agroindustri pangan lokal melalui peningkatan jaminan mutu pruduk dan pengelolaan keuangan. *Berdikari : jurnal inovasi dan penerapan ipteks*, 6(1), 40–52. <https://doi.org/10.18196/bdr.6132>
- Kim, y. H. (2023). *A study of the integrated model with norm activation model and theory of planned behavior: applying the green hotel's corporate social responsibilities. Sustainability (switzerland)*.
- Lestari, d. P., & widjanarko, w. (2023). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan e-word of mouth terhadap keputusan pembelian produk fashion jiniso.id di marketplace shopee. *Jurnal economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Mari ci, a., & raymond. (2021). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah di golden city residence kota batam. *Jurnal ilmu: jurnal ilmiah mahasiswa*, 3(3), 10.
- Maulana, m. M., & diem, c. Z. (2023). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian melalui variabel pengetahuan serta tinjauan dari perspektif ekonomi islam (survei pada konsumen perumahan surya akbar tanjung barangan kota Palembang). *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(01), 254–267.
- Muhamad irvan noor maulana. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk artfresh. *Jurnal manajemen dan start-up bisnis*, 5(6), 512–521. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i3.868>
- Nekmahmud, m., naz, f., ramkissoo, h., & feketefarkas, m. (2022). Transforming consumers' intention to purchase green products: role of social media. *Technological forecasting and social change*, 185(december), 122067. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122067>
- Novianti, f., & purba, t. (2022). Pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada alfamart tiban ciptaland batam. *Jurnal ekuivalensi*, 8(1), 57–67. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.647>

- Ogiemwonyi, o. (2022). Factors influencing generation y green behaviour on green products in nigeria: an application of theory of planned behaviour. *Environmental and sustainability indicators*, 13(june 2021), 100164. <https://doi.org/10.1016/j.indic.2021.100164>
- Ogiemwonyi, o., harun, a., hossain, m. I., & karim, a. M. (2022). The influence of green behaviour using theory of planned behaviour approach: evidence from malaysia. *Millennial asia. Journal of business research*.
- Pakpahan, e., & idris. (2022). Analisis pengaruh online customer review dan citra merek terhadap consumer trust dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening (studi pada pengguna tokopedia di kota semarang). *Journal of management*, 11 nomor 6, 1.
- Phillp, k. (2021). *Manajemen pemasaran*. Cv budi utama.
- Pramutoko, b. (2020). *Manajemen pemasaran : manajemen pemasaran modern*. In *management pemasaran*.
- Putri, n. P. A. K. K., & sukawati, t. G. R. (2019). Peran citra merek memediasi pengaruh e-wom terhadap niat beli (studi kasus pada maskapai penerbangan airasia di kota denpasar). *E-jurnal manajemen universitas udayana*, 8(7), 4268. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p10>
- Rambi, a., tawas, h., pondaag, j., rambi, a., novie tawas, h., & jousina pondaag, j. (2024). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi pada bisnis kuliner restoran hapa kitchen di manado. *Jurnal emba*, 12(2), 206–216.
- Rangkuti, f. (2014). *Analisis swot: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan ocai*. Pt gramedia pustaka utama.
- Rasinta, n. D., akhmad, k. A., & rahmawati, e. D. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk nevada pada matahari departemen store di surakarta. *Jurnal ilmiah edunomika*, vol. 7(issue 2), 1–15.
- Riskos, k., dekoulou, p., mylonas, n., & tsourvakas, g. (2021). Ecolabels and the attitude–behavior relationship towards green product purchase: a multiple mediation model. *Sustainability (switzerland)*, 13(12), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su13126867>
- Riswandani, a., & mahargiono, p. B. (2023). Pengaruh pomosi dan kualitas poduk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada kopi kenangan cabang manukan, surabaya) sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia (stiesia) surabaya. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*, 12(1), 1–20.
- Rohmah, i. N., irianto, h., & ferichani, m. (2024). Evaluasi strategi bersaing teh botol sosro di kota surakarta (pendekatan competitive profile matrix). *Jia (jurnal ilmiah agribisnis) : jurnal agribisnis dan ilmu sosial ekonomi pertanian*, 9(5), 481–492. <https://doi.org/10.37149/jia.v9i5.1544>
- Rondonuwu, d. B., & tendur, s. T. E. (2022). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan amurang barat. *Jurnal equilibrium*, 3(3), 48–54.
- Sabardini, s. E., & wijono, d. (2024). Citra merek sebagai mediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di sleman. *Journal of business economics and agribusiness*, 3, 467–478.
- Santosa, a. T. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, store atmosphere, dan e-wom terhadap proses keputusan pembelian (survei terhadap konsumen zenbu-house of mozaru paris van java, bandung)*. 18(2), 143–158.
- Saputri, n. F., & suhardi. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian bolu susu lembang. *Jurnal disrupsi bisnis*, 6(4), 376–386.

- 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). *Productivity*, 2(5), 364.
- Selfia, s., & adlina, h. (2023). Pengaruh harga, persepsi kemudahan penggunaan, e-wom terhadap keputusan pembelian melalui tiktok shop di kota medan. *Jurnal price : ekonomi dan akuntansi*, 1(2), 67–78.
- Siagian, a. O., & cahyono, y. (2021). Strategi pemulihan pemasaran umkm di masa pandemi covid-19 pada sektor ekonomi kreatif. *Jurnal teknologi dan sistem informasi bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>
- Sualang, g. M. C., mandey, s. L., & ogi, i. W. J. (2023). Pengaruh electronic word of mouth (e-wom), harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pt. Mandala finance tbk, cabang ratahan glend m.c. Sualang, the influence of electronic word of mouth (e-wom), price, and product quality on purchase d. *Journal of business economics and agribusiness*, 11, 335–344.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Alfabeta.
- Suhud, u., allan, m., rahayu, s., & prihandono, d. (2022). When brand image, perceived price, and perceived quality interplay in predicting purchase intention: developing a rhombus model. *Academic journal of interdisciplinary studies*, 11(1), 232–245. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0021>
- Sundari, e., & hanafi, i. (2023). *Manajemen pemasaran*. Uir press.
- Syafira, s., widayanto, w., & purbawati, d. (2024). Pengaruh harga dan electronic word of mouth (e-wom) terhadap keputusan pembelian ms glow (studi pada masyarakat profesional konsumen asa beauty ms glow kota semarang). *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 13.
- Syafruddin, r. F., & darwis, k. (2021). *Ekonomi agroindustri*. Pt nasya expanding management (nem).
- Waani, n. C., mangantar, m., & uhing, y. (2022). Perbedaan sikap konsumen dalam keputusan pembelian niu green tea dan teh botol sosro (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat). *Emba*, 10(1), 1004–1013.
- Wang, c. P., zhang, w. H., yu, x., wei, z. B., zhang, j. B., lu, y., & liu, x. J. (2023). Interdiffusion and atomic mobilities studies in ni-rich fcc ni-ti-v alloys. *Journal of phase equilibria and diffusion*, 44(3), 408–418. <https://doi.org/10.1007/s11669-023-01048-w>
- Wardhana, a. (2024). *Consumer behavior in the digital era 4.0 – edisi indonesia*.
- Widjaya, n. L. (2023). Uji beda dan pengaruh kualitas produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk cuka apel tahesta dan bragg. *Performa*, 8(3), 249–259. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2968>
- Yulindasari, e. R., & fikriyah, k. (2022). Pengaruh e-wom (electronic word of mouth) terhadap keputusan pembelian kosmetik halal di shopee. *Journal of islamic economics and finance studies*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>
- Zulfikar, r., suryadi, n., prasarry, y. V., barqiah, s., & dedy. (2023). The use of theory of planned behavior in the study of green consumer behavior. *Jkbn (jurnal konsep bisnis dan manajemen)*. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v10i1.10456>