

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 22(2), 85919.
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Peneliti*, 3(2), 186–196.
- Ali Hasan, S.E., M. . (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut Word of Mouth Marketing*. (Giri wija, Ed.). Yogyakarta: MEDPRESS.
- Almossawi, M. M. (2015). The Impact of Word of Mouth (WOM) on the Bank Selection Decision of the Youth: A Case of Bahrain. *International Journal of Business and Management*, 10(4), 123–135. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n4p123>
- Almossawi, M. M. (2015). The Impact of Word of Mouth (WOM) on the Bank Selection Decision of the Youth: A Case of Bahrain. *International Journal of Business and Management*, 10(4), 123–135. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n4p123>
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Apriliana, H. T. A., & Sumowo, S. (2015). Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphome Android Merek Samsung (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2011-2013). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 121–142. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/viewFile/13/11>
- Asrianto Balawara. (2013). Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 2117–2129. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.3421>
- Dewi, R. (2010). Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Jazz (Studi Kasus pada Honda Semarang Center).

- Dimas bayu kuncoro, Edi Wibowo, dan S. S. U. (2016). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16, 143–149.
- Dr. Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Fadhila, R. (2013). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Universitas Diponegoro*, 1–78.
- Freddy Rangkuti. (2006). *Measuring Customer Satisfaction (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan pelanggan)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Harjati, L., & Sabu, O. (2014). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(November).
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Penerbit MedPress (Anggota IKAPI).
- Hasan, Z., & Ali, N. A. (2015). The Impact of Green Marketing Strategy on the Firm's Performance in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 463–470. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.382>
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsa Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- Indrawati, P. D. (2017). *Perilaku Konsumen Individu*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Iswayanti, I. P. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang). *Universitas Stuttgart*, 1–

63. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/23470/> diakses tanggal 25 juni 2020
- Kodu, S. (2012). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 1, 1251–1259.
- Krisnasakti, A. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Semarang), 1–48.
- Made, L., Rahayu, P., Abdillah, Y., & Kholid Mawardi, M. (2017). Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 43(1). Retrieved from www.ama.org
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34–44. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i2.4075>
- Mawardi, A. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Purwakarta. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 63–67. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.122>
- Mudrajad Kuncoro Ph D. (n.d.). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. 2013. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1880>
- Nugroho J. Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Jakarta.
- Nurhaeni, N., & Astuti, S. R. T. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word of Mouth dan Lokasi terhadap Keputusan Pemakaian Jasa pada Bengkel Honda Jatake Motor Tangerang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis*.
- Philip Kotler Kevin Lane Keller. (2009). *No Manajemen pemasaran edisi tiga belas jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Priyatno, D. (2011). *Buku saku SPSS. Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: ANDI.

- Qomariah, N. (2011). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember). *JEAM*, X(1), 30–42. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1206/969>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adaptive Strategy*. Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_AD_ACTIVE_STRATEGY
- Rahmawati, E. A., Qomariah, N., Wibowo, Y. G., & Jember, U. M. (2021). Impact of Celebrity Endorser , E-Service Quality , and E-Word Of Mouth on Product Purchasing Decisions at Online Shop. *International Journal of Business and Management Invention*, 10(5), 1–7. <https://doi.org/10.35629/8028-1005010107>
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18675>
- Rumengan, Novi, H., & Steven, R. (2015). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 684–694.
- Rumondor, P., Tumbel, A., & Ogi, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1102–1112. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16084>
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shabani, N., Ashoori, M., Taghinejad, M., Beyrami, H., & Fekri, M. N. (2013). The study of green consumers' characteristics and available green sectors in the market. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4(7), 1880–1883. Retrieved from www.irjabs.com
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA.

- Sutrisno, W. (2014). Green Marketing dan Implikasinya Terhadap Sustainable Development di Era Globalisasi, Kajian Terhadap Strategi Pemasaran yang Berkelanjutan. *Business and Management Journal*, 11(2), 1693–9808.
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J & L Learning.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*., Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. (ANDI, Ed.). Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management*. Yogyakarta: ANDI.

