

DAFTAR PUSTAKA

- Daris, L., & Yusuf, M. (2018). *Analisis Data Penelitian : Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. IPB Press.
- Djarmiko, D. W., & Sudrajat, A. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Guerrilla Marketing Dan Cross Selling Terhadap Pembelian Burger King. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 117–129.
- Dwi, R., Srikandi, A., & Yulianto, K. E. (2015). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol (Vol. 22, Issue 2)*.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga Pratama..
- Ginting, R. A., Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Pramananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisi*, 1(4). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengelola Data dan Penelitian*. CV. Budi Utama.
- Izzani, T., & Yosepha, S. Y. (2021). Pengaruh *Gren Marketing* Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Love Beauty Planet (Studi Kasus Di G iant Pasar Minggu). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* , 1(2), 150–157.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2014. *Principles of Marketing, thirteen edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, S., & Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Person Pretice Hall.
- Lase, A. S., Gea, N. E., Mendrofa, Y., & Laia, O. (2024). Peran *Cross Selling* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Unilever oleh PT Multi Pilar Indah Jaya Di Pulau Nias. *Visi Sosial Hurmaniora (VSH)*, 05(02), 64–82. <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/humaniora/>
- Lukyani, D., Rois ArifiN, & Alfian Budi Primanto. (2024). Pengaruh Pemasaran *Cross selling*, Pemasaran Viral, dan Pemasaran Produk Bundling Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Produk Skintific (Studi Pada Konsumen di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 13(01), 256–265.
- Likmakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Indonesia)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manik, T. S., Dhika, A. W., & Fitri, N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Ms Glow. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*.
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin Ahmad. (n.d.). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. 2022, IX(I).
- Natalia, L., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Vol. 11, Issue 1).
- Nugroho, A. (2013). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kekuatan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Handphone Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(1), 1-11.
- Paramita, R. wijayanti, Noviansyah Rizal, & Riza Bahtiar Sulisyan. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press,
- Paramita, R. wijayanti, Noviansyah Rizal, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Azyan Mitra Media.
- Permatasari, I., Iva, N. N., & Adi, S. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joysop Malang. In *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* (Vol. 6, Issue 2). <http://ejournal.unikama.ac.id>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Alamsyah, A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Radittya, M., Fatturrohman, H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. 1(4). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Rosmalina, & Simbolon, R. (2022). *Rosmalina, Remista Simbolon Pengaruh Celebrity Endorsement, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen : Studi Kasus di Universitas Advent Indonesia*.

- Setiagraha, D., Junianto, M., Muharramah, U., Bisnis, A., Sriwijaya, N., & Sriwijaya, P. N. (2023a). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Minimarket Alfamart Kota Palembang. In *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative* Dika Setiagraha Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Selatan (Vol. 2, Issue 2).
- Setiagraha, D., Junianto, M., Muharramah, U., Bisnis, A., Sriwijaya, N., & Sriwijaya, P. N. (2023b). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Minimarket Alfamart Kota Palembang. In *Journal of Management, Entrepreneur and Cooperative* Dika Setiagraha Fakultas Ekonomi Universitas Sumatrea Selatan (Vol. 2, Issue 2).
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yonyakarta: Adi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.; 6th ed). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono.(2015a). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Reserch and Development/RD&)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Afabeta
- Sugiyono. (2016). *Research Methods For Busines*.
- Theresia, C., Parameswari, R., Buddhi, U., & Tangerang, D. (2023). Pengaruh *Viral Marketing*, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia (Vol. 2, Issue 1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran*. Yonyakarta: Andi.
- Timur Diana, R ., Robustin Tri, P., & Darmawan, K. (2019). Pengaruh Bauran Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap (Studi Kasus STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Organisasi dan Manajemen Bisnis*, Vol 2, No 1, 10-15.

- Widelia, K., Yusiana, R., Widodo, A., & Pemasaran, M. (2015a). Pengaruh *Green Marketing* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung). 2. www.menlh.go.id
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Willyana, M., Wijaya, E., & Tavip Junaedi, A. (2023). Impact Of Green Marketing And Environmental Awareness On Purchase Decision Of Aqua Mineral Water In *Maret* (Vol. 45, Issue 1). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Wulan, P., Alumni, D., Bisnis, A., Negeri, P., Alhapi, P., Chandra, R., Politeknik, D., Padang, N., & Niaga, J. A. (2018). Pengaruh *Strategi Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Molto Ultra Sekali Bilas Di Padang (Vol. 10, Issue 2).

