

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., & Hasda, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif. In *CV. Noah Aletheia* (Vol. 1, Issue 1).
- Agustiansyah, A. (2019). *Analisis Pengaruh Faktor Emosional dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Lazada di FEB UMY)*.
- Ahdika, A. (2021). Improvement of Quality, Interest, Critical, and Analytical Thinking Ability of Students through the Application of Research Based Learning (RBL) in Introduction to Stochastic Processes Subject. *International Electronic Journal of Mathematics Education*, 12(2), 167–191. <https://doi.org/10.29333/iejme/608>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Fadhli, N. M. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R., & Trenggana, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Aulia, U., Junaidi, H., Setiawan, D. I., PS, D. K., & Meidatuzzahra, D. (2024). *Statistik parametrik (teori dan aplikasi dengan spss)*.
- Azahari, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 4). <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/index>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. CV. ANDI OFFSET.
- Barata, F. A. (2019). *Membangun Kepercayaan dalam Bisnis*.
- Dewa, C. B., Pradiatiningtyas, D., & Safitri, L. A. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (I)*. Expert.
- Dewi, A. C. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Studi Pada Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang*.
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Saputra, J. H., & Woworuntu, A. (2023). *Produk dan Merek*. PT Global Eksekutif Teknologi.

- Febryansyah, D., Susyanti, J., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Studio 24. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish.
- Foster, B. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran dan Manajemen Merek*. Bitread Publishing.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika* (2nd ed.). Badan Penerbit Undip.
- Ginting, R. arvy, Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Primananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 986–992. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.198>
- Gojek. (n.d.). *Makanan Paling Tren per Tahun*. www.gojek.com
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Irfan Syahroni, M. (2023). Analisis Data Kuantitatif. In *eJurnal Al Musthafa* (Vol. 3, Issue 3). <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64>
- Kelly, M. (2004). *The Rhythm Of Life*.
- Kiftiah, T., Tarigan, S. D. ., Sahir, S. H., & Siregar, D. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware di Jalan Setia Budi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(2), 203–217. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v3i2.1283>
- Maghfiro, M., Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Prodek Terhadap Keputusan Pembelian Lezza Chicken Nugget di Toko Berkah Abadi Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 6(2), 415–423. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/969>
- Manongko, A. (2018). Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory of Planned Behavior). In *Manado: Yayasan Makaria*.
- Mazaheri, E. (2011). Emotions and Customers' Perception of Website Atmospheric Cues. *Thesis*, January. http://spectrum.library.concordia.ca/7156/1/Mazaheri_PhD_S2011.pdf
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulinngga, G., & Rojiati, U. (2021). Teori Perilaku Konsumen. In A. Jibril (Ed.), *Ekonomi* (1st ed.).
- Paramita, R., Rizal, N., & Bahtiar, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.).
- Parningotan, S., Rohana, F. S., Umam, C., Mukhils, & Syamsulbahr. (2024).

Pengembangan Produk (H. Noviany (ed.)). Penamuda Media.

- Priyatna, E. H., Fazira, R., & Chandra, B. D. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Wilayah Tangerang The Influence Of Brand Image And Emotional Desire On Purchase Decisions In Tokopedia Application Users In The Tangerang Region. *Digital Business Journal (DIGIBIS)*, 3(1). <https://doi.org/10.31000/digibis.v3i1>
- Ramadhana, I. A. A., Hidayat, Z., & Irwanto, J. (2020). Kombinasi Green Marketing dan Green Product terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus pada Persit Kodim 0821 Lumajang). *Journal of Organization and Business Management*, 3(1), 42–47.
- Resmiwati, I., Lukiana, N., & Kasno, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pmebelian Hijab Elzatta di Toko Hera Hijab Tempeh Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 6(1), 364–372. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/923>
- Sandala, D., Massie, J. D. D., Dicki Sandala, O. :, Massie, J. D. D., Tumbuan, W. J. F. A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Universitas, J. M., & Ratulangi, S. (2019). The Influence Of Viral Marketing, Food Quality And Brand Trust On Purchasing Decisions Of Mom Milk’s Product In Manado. *Jurnal EMBA*, 7(3).
- Setiadi, N. (2019). *Perilaku Kosnsumen: Perpektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (3rd ed.). PrenadaMedia Group.
- Sherly, Riesso, A. S., Hendrayani, E., Febrianty, Bagenda, C., & Satria, F. (2022). *Manajemen Merek*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sukwika, T. (2023). *Metode Penelitian “Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT”* (Issue August). <https://www.researchgate.net/publication/373137498>
- Syaiful, R., Nawangsih, & Irwanto, J. (2022). Analisis Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Pisang Burno Sari Lumajang. *Journal Od Organization and Business Management*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.53654/mv.v6i1.425>
- Taufik, H. M., & Utama, G. H. (2023). Effect of Brand Image, Green Marketing Strategy , and Emotional Desire for Purchasing Decisions in Products Starbucks Jakarta. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 1370. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2947>
- Varzakas, T., & Tzia, C. (2016). *Handbook of Food Processing*.
- Widelia, K., Yusiana, R., Widodo, A., & Pemasaran, M. (2015). Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung). *Ecodemica*, 2. www.menlh.go.id

- Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5.
- Zajonc, R. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35, 151. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.35.2.151>
- Zulkifi, A. (2020). *Green Marketing: Redefinisi Green Product, Green Price, Green Place dan Green Promotion*. Graha Ilmu.

