

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliawati, D. (2020). Diary Study sebagai Metode Pengumpulan Data pada Riset Kuantitatif: Sebuah Literature Review . *Journal of Psychological Perspective*, 2 (2): 79 - 89 .
- Ah, S. M. (2020). *EKONOMI ISLAM SUATU PENGANTAR*. Duta Media Publishing.
- Ahmad, A. (2015). *KONSEP PENCIPTAAN ALAM: Studi Komparatif-Normatif antar Agama-Agama*. FIKRAH: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan, Volume 3, No.1, Juni 2015.
- Ahmad, Z. (2016). *Meneladani Etos Kerja Rasulullah SAW*. BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam.
- Akrim, A. L. (2015). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR PADA PT. SUARA BARISAN HIJAU HARIAN ORBIT MEDAN*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015.
- Anita, R. (2013). *DISTRIBUSI DALAM EKONOMI ISLAM Upaya Pemerataan Kesejahteraan Melalui Keadilan Distributif*. Volume 1, No.1, Juni 2013.
- Arif , S. W., & Surti, W. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cendo*. Jurnal Pemasaran Kompetitif.
- Beierlein, et al. (2014). *Principles of Agribusiness Management*. Waveland Press, Inc. The United State of America.
- Cucu, K. (2018). *PERILAKU KONSUMSI IMPULSIVE BUYING PERSPEKTIF IMAM AL-GHAZALI*. Jurnal Perspektif Vol. 2 No. 2 Desember 2018, Page 248-266.
- Dede, S., & Estiko, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket*

*Satria Indonesia Tangerang Selatan*. Tangerang Selatan, Banten: Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 3, No. 3 Juni 2020.

- Dodds, William B, Monroe, Kent B, Grewal, D. (1991). The effects of Price, Brand and Store Information on Buyer's Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*.
- Eka, S. (2019). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PAKAIAN SYAR'I (STUDI KASUS MAHASISWI UIN ANTASARI BANJARMASIN)*. Jurnal: AL IQTISHADIAH JURNAL EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH.
- Fitri, A. (2014). *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil*. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah.
- Gersom, H., & Sugiono, S. (2013). *ANALISA PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN CAFE BUNTOS 99 SIDOARJO*. Surabaya: JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN. Vol. 1, No. 2, (2013) 1-8.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0, Edisi ke-3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2019). *PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG*.
- Hartanto, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Merek Islam, Ulasan Konsumen, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening .
- Hartati, B. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP* . *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, Vol. 10 No. 01.
- Hartono. (2008). *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Heri, S. (2002). *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*. Ekonisia.

- Iran dust, & Bamdad. (2014). The Role of Customer's Bealievability and Attitude in Green Purchase. *Journal of Bussiness and Management*.
- Kartikasari, M. D., Dimiyati, M., & Sukarno , H. (2018). Pengaruh Green Marketing dan Pengetahuan Terhadap keputusan Pembelian dengan Mediasi minat Membeli konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Jember. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Volume V (2) :172-177 .
- Kotler, & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, N. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kurniadin, A., Hufron, M., & Basalamah, M. R. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bima). *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*.
- Kusnadi, D., & Darma, G. (2018). *Menakar Implementasi Green Marketing Pada Usaha Kecil Menengah*. Jurnal Manajemen & Bisnis, 15(1): 1-18.
- Lilien, G., Kotler, P., & Morthy, K. (1992). *Marketing Models*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Malahayatie, & Maryamah. (2019). *ETIKA MARKETING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM MARKETING ETHICS IN ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE*. Jurnal JESKape Vol.2 No. 1 Januari-Juni 2019.
- Manongko, A. A. (2017). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORGANIK DENGAN MINAT MEMBELI SEBAGAI INTERVIENING.
- Mardika, E. M., & Nikmah, F. (2018). PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE DI KOTA BLITAR. *Jurnal Aplikasi Bisnis* , Volume:4 Nomor:1.
- Moh, N. (2020). *Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai* . BISEI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam,5 (1), 27-46.

- Purnama , P. A., & Adi, N. R. (2019). *Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen* . Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 16, No. 1, Januari 2019.
- Putranti, H. R., & Suparmi . (2016). PENGARUH KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN DAN INFORMASI. *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*.
- Putri, C. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CHERIE MELALUI MINAT BELI . *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, Nomor 5, Desember 2016.
- Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, Volume 4 Nomor 1.
- Ratna Winandi Asmarantaka. (2017). *KONSEP PEMASARAN AGRIBISNIS : PENDEKATAN EKONOMI DAN MANAJEMEN*.
- Ratnawati. (2002). *Mengukur Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Pendidikan*. Jurnal Pendidikan No. 043. Juli 2002 .
- Rice, G. (1999). "Islamic Ethics and the Implications for Business". *Journal of Business Ethics*, Vol.18, No. 4.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND . *JURNAL STIE SEMARANG*, VOL 8, NO 2.
- Saifullah, M. (2011). *Etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Rasulullah*. Walisongo: 127-156.
- Saladin, D. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sudarsono, H. (2002). *Konsep Ekonomi Islam, Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonisia.

- Suri, A., & M, O. A. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.6, NO.1, MEI 2017.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS Warp PLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Stephen M, N., & Itamar, S. (2007). The Effect of New Product Features on Brand Choise. *Journal of Marketing Research*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari, I. N., & Yoestini . (2012). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK ORIFLAME. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* , Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012, Halaman 1.
- Sumarwan, U. (2011). *Model Keputusan Konsumen dan Strategi*.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widiarsa, I. B., & Sulistyawati, E. (2018). PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 3, 2018: 01-29 .
- Yulaifah, A. (2011). *Pengaruh Budaya, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*.