

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. Alfabeta.
- Aprilia, E. P., & Darmawan, D. (2025). PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK. *MASMAN: Master Manajemen*, 3(1), 50–62. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.709>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arifin, H. S., Fuady, I., & Kusworo, E. (2017). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MAHASISWA UNTIRTA TERHADAP KEBERADAAN PERDA SYARIAH DI KOTA SERANG. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 123770.
- Assauri, S. (2018). *MANAJEMEN BISNIS PEMASARAN* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Dahayu. (2020). *PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK AKRILIK PADA “UKM TEKAT TIGA DARA” PEKANBARU Menurut Ekonomi Islam* [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim]. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025><http://dx.doi.org/10.1038/nature10402><http://dx.doi.org/10.1038/nature21059><http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127><http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577>
- Efendy, S., Hartini, & Gani, A. C. (2020). ANALISA MATERIAL SUSTAINABLE PADA PENERAPAN RUANG PERPUSTAKAAN STUDI KASUS: RUANG PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS INDONESIA. *Mezanin (Jurnal Ilmiah Desain Interior)*, 2(2), 1–8.
- Erniwati, & Devi, N. (2021). PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Point Equilibrium Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 117–122.
- Fajari, I. Q. H. Al. (2022). *PENGARUH INOVASI PRODUK, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK EIGER DI CILEGON*. Universitas Islam Indonesia.

- Febriatmoko, B., Wicaksari, E. A., & Prananta, W. (2024). PERAN MEDIASI CITRA MEREK HIJAU DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 11–18. <https://doi.org/10.17509/jimb.v15i2.72972>
- Ghozali, I. (2016). *STRUCTURAL EQUATION MODELING: METODE ALTERNATIF DENGAN PARTIAL LEAST SQUARE (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hananto, D. (2021). PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JERSEY SEPEDA DI TANGSEL. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Haque, M. G. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. BERLIAN MULTITAMA DI JAKARTA. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>
- Herlina, E. (2022). PENGARUH LAYOUT DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI DAYA TARIK PRODUK (SURVEI PADA KONSUMEN BASO ASSYUKUR TASIKMALAYA). *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 756–762.
- Khasanah, E. N., & Suprapti, E. (2025). ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK RAMAH LINGKUNGAN: STUDI KASUS DI SEKTOR RITEL. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 468–474. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Koentjaraningrat. (1982). *PENGANTAR ANTROPOLOGI*. Penerbit Aksara Baru.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *PRINCIPLES OF MARKETING*. 17th red.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Kristina, R., & Aqmala, D. (2023). PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, KEPEDULIAN LINGKUNGAN, PENGETAHUAN PRODUK DAN KESEDIAAN MEMBAYAR TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA “THE BODY SHOP” DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 422–436.
- Kustiara, A., Syahrani, & Vitria, A. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP, DAYA TARIK PRODUK, KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN SEPATU LOKAL VENTLA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I UNISKA BANJARBARU). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Tahun 2023 (SENASEKON 2023)*, 416–433.

- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX(1), 27–37.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *SEBUAH PENDEKATAN TERHADAP PSIKOLOGI LINGKUNGAN*. MIT Press.
- Mufreni, A. N. F. (2016). PENGARUH DESAIN PRODUK, BENTUK KEMASAN DAN BAHAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS TEH HIJAU SERBUK TOCHA). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i1.45579>
- Nugroho, I. A., & Muslikh. (2023). PENGARUH DAYA TARIK PRODUK, HARGA DAN SUASANA PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 8(2), 2023–2070. <http://academicjournal.yarsi.ac.id/jeba>
- Nurbadillah, Wiguna, I. M., Fadlurohman, R., & Kuntari, W. (2025). PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM DESAIN GRAFIS SEBAGAI PENDUKUNG BRANDING UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 5(1), 419–426. <https://doi.org/10.56870/158k1d46>
- Nurhanifah, O. (2017). HUBUNGAN PERSEPSI MASYARAKAT DENGAN PENGGUNAAN ALAT KONTRASEPSI KELUARGA BERENCANA DI KELURAHAN SEMPAJA SELATAN. *E-Journal Administrasi Negara*, 5(2), 6026–6037.
- Prastyorini, J., Widyawati, N., & Jannata, S. M. (2022). ANALISIS HARGA DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GULA PASIR SEBELAS (GUPALAS) PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XI. *Jurnal Kompetensi Social Science*, 1(1), 34–44. <https://doi.org/10.29138/jkis.v1i1.8>
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen* (1st Ed). Alfabeta.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rogers, J., Gomstyn, A., & Jonker, A. (2024). *APA ITU DESAIN BERKELANJUTAN?* IBM. <https://www.ibm.com/think/topics/sustainable-design>

- Rosnani, T., Larassati, D., Rahim, M. R., & Listianingsih, S. N. A. (2024). DESAIN PRODUK BERKELANJUTAN DAN KINERJA INOVASI: IMPLEMENTASI KINERJA OPERASIONAL INDUSTRI FLORIST. *Universitas Tanjungpura*, 7, 460–476.
- Safitri, A., Wulandari, D., & Herlambang, Y. T. (2022). PROYEK PENGUATAN PROFIL PELAJAR PANCASILA: SEBUAH ORIENTASI BARU PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KARAKTER SISWA INDONESIA. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7076–7086. <https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *METODE PENELITIAN UNTUK BISNIS: PENDEKATAN PENGEMBANGAN-KEAHLIAN* (ke-6). Salemba Empat.
- Setyaningrum, D. A., Purwanto, E., & Triatmono, A. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK , DAYA TARIK PRODUK , DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS : PINRIO MERCHANDISE). *YUME : Journal of Management*, 7(3), 1033–1054.
- Shambodo, Y. (2020). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI KHALAYAK MAHASISWA PENDATANG UGM TERHADAP SIARAN PAWARTOS NGAYOGYAKARTA JOGJA TV. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 98–110.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *ANALISIS SEM-PLS DENGAN WARPPLS 7.0-UNTUK HUBUNGAN NONLINIER DALAM PENELITIAN SOSIAL DAN BISNIS*. Penerbit ANDI.
- Sinaga, A. N. A., Nasution, M. I. P., & Harahap, R. D. (2023). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM INTANCAKE'S. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 63–73. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12965](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12965)
- Soegiarto, D. (2022). PELATIHAN KEPEMIMPINAN YANG KREATIF DAN INOVATIF PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS. *JPM: Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(6), 987–992.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33. <https://doi.org/10.56799/jim.v2i11.2307>
- Sudarsono, A., & Suharsono, Y. (2016). HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP KESEHATAN DENGAN KESADARAN (MINDFULNESS) MENYETOR SAMPAH ANGGOTA KLINIK ASURANSI SAMPAH DI INDONESIA MEDIKA. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 04(01), 31–52.

- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN BISNIS: PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, KOMBINASI, DAN R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sumarandak, M. E. N., Tungka, A. E., & Egam, P. P. (2021). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KAWASAN MONUMEN DI MANADO. *Jurnal Spasial*, 8(2), 255–268.
- Sumianto, & Aprinawati, I. (2021). ANALISIS KREATIVITAS GURU DALAM MERANCANG MEDIA PEMBELAJARAN DIMASA PANDEMI COVID-19. *Indonesian Research Journal On Education: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 73–84. <https://doi.org/10.31004/irje.v1i2.14>
- Tabelessy, W. (2021). PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA RUMAHAN BUKET BUNGA VICTORIA DI KOTA AMBON. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.274>
- Wahidmurni. (2017). *PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. 1–16.
<https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>