

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. T., Prastyo, A., Azwani, R., Muhid, A., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., & Wonosari, J. (2023). Efektivitas program perilaku hidup sehat dan bersih (phbs) untuk membangun health consciousness pada lansia: literature review. *Jkj: Ppni*, 11(1), 235–246. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/JKJ/article/view/9951>
- Amelia, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sariayu Melalui Kepuasan Konsumen. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*.
- Amit Bhatnagar, S. S. S. (2014). Allocating a hybrid retailer's assortment across retail stores: Bricks-and-mortar vs online. *Journal of Business Research*, Volume67(6),1293–1302.<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.03.003>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT RINEKA CIPTA.
- Asni Gotina Tumangger. (2024). *PENGARUH VIRAL MARKETING , ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOISTURIZER THE ORIGINOTE DI SHOPEE (PADA SISWA SKRIPSI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN ORIGINOTE DI SHOPEE)*.
- Destianty, A., & Caninsti, R. (2021). Peran Health Consciousness terhadap Preventive Health Care Behavior pada Individu yang Mengalami Obesitas.*Journal Psikogenesis*, 9(1), 81–103. <https://doi.org/10.24854/jps.v9i1.1860>
- Dyah Nirmala Arum Janie. (2021). STATISTIK DESKRIPTIF & REGRESI LINIER BERGANDA DENGAN SPSS. In *Semarang University Press* (Issue April 2012).
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* (Y. Sartika (ed.); cetakan pe). Ghalia Indonesia.
- Erdem, L. I. N., & Swait, J. (2022). Brand Credibility, Brand Consideration, and Choice. *Journal of Consumer Research*, 31(June).
- Erkan, I. (2016). The Influence of Electronic Word of Mouth in Social Media on Consumers' Purchase Intentions. *Computers in Human Behavior*, 61, 47–55.
- Faroh, W. N. (2018). PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BANGUNAN DI PORTAL NETWORK SIX STORE Cabang DEPOK 2018. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 111–120.
- Febrianto, D. M., & Lutfie, H. (2020). Pengaruh Brand Image Brand Trust Terhadap Minat Beli Di PT. Pandu Persada Bandung. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 1005-.

- Ferrinadewi, E., & Murtadho, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Pengalaman Belanja Sebagai Mediator Pada Platform Shopee. *E-Jurnal Kewirausahaan*, 5(1), 34–39.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2.1081>
- Firdaus Surya Putri, A., Muhtarom, A., & Kusbandono, D. (2023). Determinasi Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth dan Lokasi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan pada Toko Oleh-Oleh Khas Lamongan Hj. Fatimah. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(1), 99–114.
- Gefen, D. (2024). E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725–737. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00021-9)
- Hakim, A. N. (2022). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX DI BANDAR LAMPUNG*.
- Hanif, M., & Hidayat, A. (2024). *Determinan Niat Beli Makanan Organik : Studi Empiris pada Konsumen Toko Javaqu Organic Kabupaten Sleman*. 03(01), 189–201.
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>
- Jalari, M., & Marimin, A. (2022). Testing Product Mix Against Brand Trust in the Digital Era 1. *International Journal of Seecology*, 03(02), 54–64.
- Jeong-Ok Kim, Mee-Lan Jung, M.-J. K. (2014). The Effect of Food Choice Motive on Attitude and Purchase Intention toward Organic Food. *Journal of Distribution Science*, 12(3), 17–24. <https://doi.org/10.15722/jds.12.3.201403.17>
- Khumairoh, S., Rahayu, L. P., Safitri, U. R., Hegy Suryana, A. K., & Sri Anggorowati, L. (2024). Analisis Pengaruh Iklan, Varian Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Roti Brownies Pada Toko Amanda Brownies Di Boyolali. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 59–70. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v12i1.1155>
- Komar, K. (2022). Pengaruh Health consciousness, Product Knowledge dan Brand Trust terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tolak Angin Di Kabupaten Kebumen). *Lib Universitas Putera Bangsa*, 1(1), 1–14.
- Lela, G. N., Rahmawati, V., & Mettan, S. V. (2023). Investigation for Mediating Customer Attitude Toward: Health Consciousness and Food Safety Concern to Purchase Intention Moriku Healthy Snack. *Indonesian Journal*

of *Management Science*, 2(2), 65–76.
<https://doi.org/10.46821/ijms.v2i2.392>

- Lismanizar, A., Utami, S., Manajemen, M. P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Syiah Kuala, U., & Dosen,). (2018). Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan, Nilai Yang Dirasakan Dan Harga Terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kfc Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 85–95.
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/7136>
- Lusiana Tulhusnah. (2022). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MENENTUKAN MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SEJAHTERA DI MANGARAN. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB*, 20(1), 22–36.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Muhammad Daffa Rahmandika. (2022). *Pengalaman Pelanggan , Ulasan Pelanggan Keputusan Pembelian Ulang*. 01(1), 1–12.
- Muhammad Shendy Alvian, B. P. (2020). PENGARUH SALES PROMOTION DAN KERAGAMAN PRODUK PADA SHOPEE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(2), 6.
- Novertiza, E. C. K., & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bengkel Las Sinar Baru Di Jepara. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nurhasanah, I., & Rizka Akbar, I. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Kso Aps Iss Cleaning Service Tangerang. *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 1(3), 1024–1032.
<https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/index>
- Oetama, S., & Susanto, H. (2023). The Influence Of Brand Experience On Brand Loyalty Through Brand Satisfaction And Brand Trust In Indomie Mie In Sampit. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(1), 273–287. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i1.755>
- Park, C. H., & Kim, Y. G. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(1), 16–29.
<https://doi.org/10.1108/09590550310457818>

- Picauly, I., & Djita, H. H. (2021). Hubungan Pola Pemberian Asi Eksklusif Dan Asupan Gizi Mp-Asi Dengan Status Gizi Anak Baduta. *Jurnal Pangan Gizi Dan Kesehatan*, 10(1), 16–28. <https://doi.org/10.51556/ejpazih.v10i1.132>
- Pokhrel, S. (2024). PENGARUH LABEL HALAL, MEDIA ONLINE DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN HALAL PADA WARGA NEGARA INDONESIA (WNI) MUSLIM DI JEPANG. In *Dhyrar Al Arief Fadia* (Vol. 15, Issue 1).
- Putri, A. E., Tjondro, S., Dona, W., & Laily, W. (2024). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK (Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Griya Botani). *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 2748(105). <https://doi.org/https://doi.org/10.37149/JIMDP.v9i4.1332>
- Rahmadewi, T., Farida, N., & Reni Shinta Dewi, D. (2015). Pengaruh crm dan customer experience terhadap keputusan pembeian ulang melalui brand trust pada PT. Nasmoco Pemuda Politik. *Universitas*, 4(3), 243–254.
- Rizki Rahmah Fauzia, Retno Tresno Sundari, Z. A. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESADARAN DAN KEPATUHAN MASYARAKAT DALAM MEMATUHI PROTOKOL KESEHATAN. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(10).
- Sadida, N. (2018). Hubungan Antara Health Consciousness Dengan Employee Well-Being Pada Karyawan Di Dki Jakarta. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 216. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v2i3.19223>
- Sari, N., & Widowati, R. (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 59–79. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/629>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. In *Jakarta: Indeks*.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawani (ed.); Edisi Ke-3). ALFABETA, CV.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset.
- Tran, T. A., Pham, N. T., Pham, K. V., & Nguyen, L. C. T. (2020). *The roles of health consciousness and service quality toward customer purchase decision. The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*. 7(8), 345–351.
- Umamsyah, A. Y., & Hutami, R. R. R. F. (2020). Pengaruh Variasi Produk , Harga , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian ” (Studi Pada Coffee Shop Warung Ngombe Di Yogyakarta) Influence of Product Variation , Price , and Location on Purchase Decisions ” (Study on the Ngombe Coffee Shop in Yogyakarta. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5621–5629.

<https://doi.org/Vol.7, No.2 Desember 2020>

- Utarsih, H., Rezana, I., & Anjani, I. (2020). Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Sabun Mandi Cair Lifebuoy Di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 19(2), 115–129.
- Wang, X., Pacho, F., Liu, J., & Kajungiro, R. (2019). Factors influencing organic food purchase intention in Tanzania and Kenya and the moderating role of knowledge. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/su11010209>
- Widyasari, F. (2023). Pengaruh Health Consciousness, Brand Ambassador, Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Lemonilo. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Wijaya, A. G. M. K., Atmaja, N. P. C. D., & Manek, D. (2024). Pengaruh Lokasi, Variasi Produk Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Mina Dalung. *Jurnal Bakti Saraswati*, 13(01).
- Wijaya, S. A., & Padmantyo, S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 161–168. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1843>
- Yona, R., & Thamrin, T. (2020). Pengaruh Health Consciousness, Environmental Attitudes dan Environmental Knowledge terhadap Green Purchase Intention. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2(2), 74. <https://doi.org/10.24036/jkmw0284950>
- Yunita Ardiyanti¹, RAEP. Apriliani², B. E. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(April), 100–108.