

DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, D., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya. *Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–8.
- Aisah, A. N., & Mandala, K. (2016). Faktor Determinan Membangun Minat Beli Online Haning. *Unud, E-Jurnal Manajemen*, 5(11), 6907–6936.
- Alfahrezya. (2023). *Teoritis*. 01, 1–23.
- Anggi Nur Prasetyo. (2021). Penerapan Prinsip Prinsip Bauran Promosi Pada Bisnis Laptop Second (Study Pada Ling Komputer Bandar Lampung). 6.
- Ardiansyah. (2022). Perkembangan Obat dan Pengobatan Tradisional Dalam Kesehatan Masyarakat Dan Pemanfaatannya Di Rumah Sakit. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/13/perkembangan-obat-dan-pengobatan-tradisional-dalam-kesehatan-masyarakat-dan-pemanfaatannya-di-rumah-sakit
- Brigitta Raras. (2022). Indonesia Miliki Biodiversitas Terbesar Ke-2 di Dunia. <https://goodstats.id/article/indonesia-sebagai-negara-megabiodiversitas-terbesar-ke-2-di-dunia-vosi6#:~:text=Brasil menempati urutan teratas sebagai,disusul oleh Indonesia dan Kolombia.>
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Caniago, A., & Sudarmi, W. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Motivasi Karyawan Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.404>
- Damanti, E. N. (2021). Kepercayaan Masyarakat Memilih Obat Herbal sebagai Alternatif Dalam Pengobatan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 1–7.

- Eles, S. F., & Sihombing, S. O. (2016). Determinan Niat Beli Makanan Organik: Sikap untuk Membeli sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, VI(3), 313–332.
- Hafizh Pane, M., Rahman, A. O., & Ayudia, E. I. (2021a). Gambaran Penggunaan Obat Herbal Pada Masyarakat Indonesia Dan Interaksinya Terhadap Obat Konvensional Tahun 2020. *Joms*, Vol 1, NO., 40–62.
- Hafizh Pane, M., Rahman, A. O., & Ayudia, E. I. (2021b). Gambaran Penggunaan Obat Herbal Pada Masyarakat Indonesia Dan Interaksinya Terhadap Obat Konvensional Tahun 2020. *Journal of Medical Studies*, 1(1), 40–62. <https://doi.org/10.22437/JOMS.V1I1.14527>
- Haro, A. (2015). Antecedent Dari Minat Pembelian Produk Shampo Natural Dan Organik. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 479–497. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.08>
- Hindratno, J., Meitiana, M., & Manurung, Y. (2021). Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Tradisional di UKM Pasar Kahayan Kota Palangka Raya. *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.52300/jemba.v1i1.2487>
- Ihham. (2014). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Bimbingan dan Konseling Agama Islam. *Alhadharah : Jurnal Ilmu Dakwah*, 13(25), 38.
- Izzati, R. R. (2019). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Trust Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 15. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1807>
- Kutresnaningdian, F., Manajemen, A. A.-J. I., & 2012, undefined. (n.d.). Peran kesadaran kesehatan dan perhatian pada keamanan makanan terhadap sikap dan minat konsumen dalam membeli makanan organik. *Jurnal.Um-Palembang.Ac.IdF Kutresnaningdian, A AlbariJurnal Ilmu Manajemen, 2012•jurnal.Um-Palembang.Ac.Id*. Retrieved November 5, 2023, from https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/view/334

- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Maryana Kuswandi Jaya, Dedi Mulyadi, E. S. (2010). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Karawang. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 1038–1046.
- Maulida, W. (2023). Analisis Fungsi Manajemen Dalam Pelaksanaan Program Posyandu Lansia Di Desa Pasi Pinang Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat. 4(1), 88–100.
- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). *The Role Of Health Consciousness, Food Safety Concern And Ethical Identity On Attitudes And Intentions Towards Organic Food*. *International Journal Of Consumer Studies*, 32(2), 163–170. <https://doi.org/10.1111/J.1470-6431.2007.00619.X>
- Mirawati, N. M., Wardana, I. M., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Keperilakuan, Terhadap Niat Siswa SMK di Kota Denpasar Untuk Menjadi Wirausaha. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(5), 1981–2010. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/16273>
- Muchlisin Riadi. (2020). Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan). [https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html#:~:text=Menurut Kotler dan Armstrong %282012%29%2C kualitas produk adalah,pengoperasian%2C dan reparasi produk%2C juga atribut produk lainnya.](https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html#:~:text=Menurut Kotler dan Armstrong%2012%29%2C kualitas produk adalah,pengoperasian%2C dan reparasi produk%2C juga atribut produk lainnya.)
- Muhammad, Z. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Flash Sale 12.12 Pada Market Place Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. 1–39. http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/11294/2/A21116529_skripsi_19-11-20211-2.pdf
- Muslihati, R. P., & Trifiyanto, K. (2021a). Pengaruh Health Awareness, Green Product

dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 78–86. <https://doi.org/10.32639/JIMMBA.V3I1.765>

Muslihati, R. P., & Trifiyanto, K. (2021b). Pengaruh *Health Awareness*, *Green Product* dan *Perceived Quality* Terhadap Minat Beli (Studi pada Jamu Herbal Tradisional di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 78–86.

Natakusuma Imam Raharjo, D., & Dharmayanti, D. (2016). Pengaruh Brand Leadership Dan Perceived Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Brand Personality Sebagai Variabel Perantara Dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Merlion School Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.1-10>

Nita, H. Y. (2021). Pengaruh *Health Awareness*, *Green Product* Dan *Social Media Advertising* Terhadap Minat Beli Jamu Di Masa Covid-19 Dalam Perspektif *Bisnis Islam* (Studi penelitian pada Generasi Y dan Z di Provinsi Lampung). http://repository.radenintan.ac.id/18630/1/PERPUS_PUSAT_BAB_1_DAN_2.pdf

Nugroho, N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy a10S (the Influence of Brand Image, Quality Perception, Product Features on Purchase Decisions Through Consumer. *Jurnal Ekbis*, 22(2), 223. <https://doi.org/10.30736/je.v22i2.844>

Oktarlina, R. Z., Tarigan, A., Carolia, N., & Utami, E. R. (2018). Hubungan Pengetahuan Keluarga dengan Penggunaan Obat Tradisional di Desa Nunggalrejo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal K Edokteran Unila*, 2(1), 42–46.

Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>

- Pebrianti, W., & Rosalin, I. (2021). Pengaruh Kesadaran Kesehatan Dan Perceived Barriers Terhadap Attitude Toward Organic Food Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli. *Cakrawala Management Business Journal*, 4(1), 822–834.
- Puspitasari, C. A., Yuliati, L. N., & Afendi, F. (2021). Pengaruh Green Marketing, Kesadaran Lingkungan Dan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Organik Melalui Sikap. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(3), 713–722. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.3.713>
- Sari, R. J., & Aprianti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(2), 77. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sinergi, V. (2018). *JMS: Jurnal Mnajemen sinergi*, Vol. 6(1), 81–97.
- Studi, P., & Bisnis Syariah, M. (2022). Pengaruh *Health Awareness*, *Green Product* dan *Social Media Advertising* Terhadap Minat Beli Jamu Di Masa Covid-19 Dalam Perspektif *Bisnis Islam* (Studi. http://repository.radenintan.ac.id/18630/1/PERPUS_PUSAT_BAB_1_DAN_2.pdf
- Sumali, E. A. (2014). Pengaruh Perceived Quality Dan Push Strategy Terhadap Recommendation Minyak Gosok Sanhong Cap Pida. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–6. <https://www.neliti.com/id/publications/131788/pengaruh-perceived-quality-dan-push-strategy-terhadap-recommendation-minyak-goso>
- Supriadi, S., Suryani, S., Anggresani, L., Perawati, S., & Yulion, R. (2022). Analisis Penggunaan Obat Tradisional Dan Obat Modern Dalam Penggunaan Sendiri (Swamedikasi) Oleh Masyarakat. *Jurnal Kesehatan*, 14(2), 138. <https://doi.org/10.24252/kesehatan.v14i2.20347>
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 1(3), 51–61.

Tika Hapsahroni Panjaitan. (2016). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pt Millenium Pharmacon Internasional Tbk Cabang Bandung). 2(2), 2588–2593.

Utami, R. I., & Herdiana, A. (2021). Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 3(2), 509–520. <https://doi.org/10.53977/sadharananikara.v3i2.356>

Weinard Pinassang, A., Toto Rahardjo, S., & Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Jl Soedharto, J. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

