

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P., & Munthe, S. A. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alamsyah, D. P. , Trijumansyah, A. , & Hariyanto, O. I. (2017). Mediating of Store Image on Customer Trust for Organic Vegetables. *Mimbar: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 33(1), 132–141.
- Arviany, V., & Junaidi, A. (2022). *Pengaruh Pesan Kampanye Body Positivity terhadap Brand Image Fashion Instagram Kurve.official*.
- Augtiah, I. (2021). *Pengaruh Green Product Attributes, Green Advertising, Dan Green Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Attitude Sebagai Variabel Mediasi* [SKRIPSI]. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.
- Azad, P. K. , & Laheri, V. K. (2014). Consumer adoption of green products and their role in resource management. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 5(3).
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. CV ANDI OFFSET.
- Berlo, D. K., & Gulley, H. E. (1957). Some determinants of the effect of oral communication in producing attitude change and learning. *Speech Monographs*, 24(1), 10–20. <https://doi.org/10.1080/03637755709375192>
- Chyung, S. Y. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-Based Survey Design: The Use of a Midpoint on the Likert Scale. *Performance Improvement*, 56(10), 15–23. <https://doi.org/10.1002/pfi.21727>
- Clow, & Donald. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)*. <http://www.marsindonesia.com>
- Dr. Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis: Teori dan Contoh Kasus*. Yogyakarta: Andi.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*.
- Farhat, L. (2020). Keputusan Pembelian Online. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1), 51–60. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i1.125>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (ed. 2). Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran. BPFE Yogyakarta*.
- Hardani, Andirani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hardianto, A. W. (2019). ANALISIS STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE MODEL PADA “DOVE CAMPAIGN FOR REAL BEAUTY” 2004-2017. In *Jurnal Transaksi* (Vol. 11, Issue 1).
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 67–74.
- Haryanto, K. T., & Roshan, P. (2023). *PENGARUH PESAN KAMPANYE REAL PEOPLE REAL BODY DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BRAND IMAGE NIPPLETS PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @NIPPLETS_OFFICIAL*.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel PLS*. Luxima.
- He Li, Zhu, L., Wang, F.-K., He, W., & Tian, Z. (2020). How online reviews affect purchase intention: a new model based on the stimulus-organism-response (S-O-R) framework. *Aslib Journal of Information Management*, 72(4), 463–488. <https://doi.org/10.1108/AJIM-11-2019-0308>
- Hedman, I. (2018). *Brand Image as a Facilitator of Relationship Initiation. Emerald Publishing Limited*.
- Hendriawan, G., Sarifiyono, A. P., & Foster, B. (2022). Penerapan Green Marketing dan Inovasi Produk untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu EcoFriendly Pijakbumi. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 32–46.
- Hermawan, I. (2019). *Metodelogi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methode)*.
- Indah, B., Najmi, T., & Tiar, A. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye “Be Seen Be Heard” terhadap Brand Image The Body Shop Indonesia. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(3), 358–364. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.366>

- Jacoby, J. (2002). Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), 51–57. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1201_05
- Jogiyanto, H. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman)*.
- Kim, M. J., Lee, C. K., & Jung, T. (2020). Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response Model. *Journal of Travel Research*, 59(1), 69–89. <https://doi.org/10.1177/0047287518818915>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed)*.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*.
- Kurniawan, M. U., & Ashadi, F. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmu Pendidikan Ekonomi*, 2(2).
- Maharani, B. D., Hutami, L. T. H., & Isna, K. (2021). Intensi Pembelian Produk Ramah Lingkungan Berdasar Theory of Planned Behaviour. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 182–190.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research An Applied Approach Fifth Edition*.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*.
- Mukhid, Dr. A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*.
- Natasha Thea Sabella, & Mellisa Florentina Daniel. (2023). Pengaruh Pesan Kampanye #GenerasiKulitSehat terhadap Citra Merek Perusahaan N’Pure di Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(3), 1034–1048. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i3.9617>
- Neliwati. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori dan Praktek)*.
- Partini. (2008). Penggunaan Statistik Dalam Penelitian Sosiologi. In *Penggunaan Statistik dalam Penelitian Sosiologi DIMENSIA* (Vol. 2, Issue 1).
- pijakbumi.com. (2023). *Small Steps Matter*. <https://pijakbumi.com/>
- Pradnyana, I. B. P., & Suryanata, I. G. N. P. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 10(1), 82–104.

- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1).
- Rifai'i, B., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*.
- Sabella N. T., & Daniel M. F. (2023). *Pengaruh Pesan Kampanye #GenerasiKulitSehat Terhadap Citra Merek Perusahaan N'Pure Di Instagram*.
- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2021). *Quantitative Research Methods in Communication*. [https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003091653](https://doi.org/10.4324/9781003091653)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*.
- Septiana. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di E-Commerce*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Utama, I. G. B. (2023). *Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3089.9288>
- Venus, Dr. A. (2019). *Manajemen Kampanye*.
- Wijaya, A. (2019). *Metode Penelitian Menggunakan Smart PLS 03*. Innosain.
- Wijayanti, D. M., Hidayat, S., & Sudrajat, A. (2021). Hubungan Motivasi Berprestasi dan Kecerdasan Emosi Dengan Hasil Belajar IPS Kelas IV Di SD Negeri Tenjolohang 1 Kecamatan Jiput Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten: Penelitian Kuantitatif Korelasi Pada Mata Pelajaran IPS. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2).
- Woodworth, R. S. (1918). *Columbia University Lectures: Dynamic Psychology*.
- Woodworth, R. S. (1958). *Dynamics of Behavior*.
- Yuliawan, K. (2021). Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2).