

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., & Jaya, I. (2021). *Biostatistik: Statistik dalam Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Prenada Media.
- Al-Sanad, H. M. (2017). The Impact of Electronic Promotion on the Decision to Buy Fast Food. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, 7(2), 25–34.
- Annur, C. M. (2020). Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia? Retrieved April 13, 2022, from databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia#>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arifin, M. Z., & Azhari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya. *Jurnal Al Qardh*, v(2), 116–123.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- BPS. (2022). Badan Pusat Statistik. Retrieved April 13, 2022, from bps.go.id website: <https://www.bps.go.id/>
- Brebes. Bekasi: Lakeisha.
- Sandi, K., Habibi, R., & Fauzan, M. N. (2020). *Tutorial PHP machine learning menggunakan*
- Campbell, Damon E and Ryan T Wright (2008). Understanding the Role of Relevance and Interactivity on Customer Attitudes.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Agrimas*, 1(1), 1–10.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa*. Deepublish.
- Ekawati, N. W., & Rahanatha, G. B. (2021). *Pemasaran Online UKM di Bali pada Era New Normal Covid-19*. Tangerang: Media Sains Indonesia.
- Enterprise, J. (2018). *Lancar Menggunakan SPSS untuk Pemula*. Jakarta: Elex Media

Komputindo.

EViews dalam Penelitian Bisnis. Sidoarjo: Insan Cendekia Mandiri.

Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ PRESS.

Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan) 2019*. Deepublish.

Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Deepublish.

Fauzi, A. (2017). *Pengaruh elemen bauran promosi pada pemasaran online pt. Kereta api indonesia (persero) daop 2 bandung terhadap keputusan pembelian*. Universitas Telkom.

Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang. *MBR (Management and Business Review)*, 3(2), 116-123.

Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS*. Deepublish.

Suyasa, P. T. Y. S., Sari, E., & Putra, I. R. P. (2020). *Memahami Perilaku Kerja Kontraproduktif*.

Haqim, L. A. M. (2019). *Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu EXODOS57*. Universitas Telkom.

Haryadi, F. M. (2019). *Laporan On The Job Training 1 PT Pupuk Kujang*.

Hendrawan, D., Handiani, N., & Novianto, E. (2017). We are the future. *Majalah Internela Pupuk Kujang*.

Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing*

Herawati, H., & Muslikah, M. (2020). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(1), 17–35.

Hujatulu, J. (2015). Analisis Peran Perempuan dalam Pertanian di Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kuburaya. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 4(1), 83–90.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi (Cetakan Pertama)*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Iprice.co.id. (2018). Peta E-Commerce Indonesia. Retrieved March 22, 2021, from <https://iprice.co.id/> website: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, 4(1), 14–22.
- J.Paul Peter & Jerry C. Olson (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* 2nd. ed. 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 431–440.
- Jamrianti, R. (2021). *Pengemasan Dan Pelabelan Pangan*. Malang: AE Publishing.
- Junjuran, M. I., & Nawangsari, A. T. (2021). *Pengolahan Data Statistik dengan Menggunakan*
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. NEM.
- Kompas. (2022). Pupuk subsidi di Jawa Barat. Retrieved February 6, 2021, from [kompas.com website: https://www.kompas.com/tag/pupuk-subsidi-di-jawa-barat](https://www.kompas.com/tag/pupuk-subsidi-di-jawa-barat)
- Kotler, P. and K. L. Keller. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. A. (2018). *Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia Di Cikarang*. Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. *Perspektif*, 15(2), 147–154.
- Kusumah, E. P., Huriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). E-Promotion in The “Kopi Kenangan” Customers’ Purchase Decisions. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187. Atlantis Press.
- LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Lutfie, H., Syafrina, I., & Hidayat, R. (2017). The Impact Of Green Product Through Labeling, Packaging And Product Perception For Purchasing Decision: A Review.

- International Journal of Economic Perspectives*, 11(3), 368–373.
- Manajemen, Teknik dan Eksperimen. In *Deepublish*. Fadhallah. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ PRESS.
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., & Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S. (2021). Strategi Pemasaran. In *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*. Yayasan Kita Menulis.
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran PT. Intercom mobilindo. *Jurnal Pundi*, 1(1), 57–66. Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ketahanan Pangan*, 3(1), 63–77.
- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 622–635.
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Gramedia.
- Nurmawati. (2021). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Jakarta: Media Nusa Creative.
- Pertiwi, R. D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Deepublish.
- Pidada, I. A. I., & Suyasa, P. G. G. T. (2021). The Impact Of Content Marketing, Influencers, And E-Promotion On Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 31(2), 117.
- Poltak, H., Sumarsih, Hastutik, S., Sartika, D., Hasan, M., Wardhana, A., ... Gunaisah, E. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Prastowo, G. A. (2018). *Pengaruh implementasi promosi online terhadap keputusan pembelian pada PT. Mitra Pariwisata Gramed Malang*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Pratiwi, D. A. N., & Suwitho, S. (2020). Pengaruh Promosi Online. *JIRM*, 2–19.
- Pupuk-kujang. (2020). Nitroku. Retrieved May 23, 2022, from [pupuk-kujang.co.id](https://www.pupuk-kujang.co.id) website: <https://www.pupuk-kujang.co.id/petaniku/94-nitroku>
- Pupuk-kujang. (2016). PPT Pupuk Kujang. Retrieved April 13, 2022, from [pupuk-kujang.co.id](https://www.pupuk-kujang.co.id/) website: <https://www.pupuk-kujang.co.id/>
- Pupuk-Indonesia. (2019). Terbukti hasilnya, Nitroku diserbu petani Pupuk Kujang Cikampek. Retrieved May 23, 2022, from [pupuk-indonesia.com](https://www.pupuk-indonesia.com) website: <https://www.pupuk-indonesia.com/holding/pupuk-kujang-cikampek/berita/terbukti->

- hasilnya- nitroku-diserbu-petani
Purboyo, P., & Huda, N. (2017). Pengaruh Faktor Eksternal, Internal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(2).
- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Deepublish.
- Rahma, A. (2020). Jaga Distribusi, Pupuk Indonesia Siapkan Jaringan di Seluruh Indonesia. Retrieved February 6, 2021, from liputan6.com website: <https://biz.kompas.com/read/2020/08/13/214540128/jaga-distribusi-pupuk-indonesia-siapkan-jaringan-di-seluruh-indonesia>
- Rahmatullah, A. M. (2019). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian.
regresi linear berganda pada aplikasi bank sampah istimewa versi 2.0 berbasis web.
- Kreatif. Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif dan Asosiatif)*. Jombang:
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang
- Sa'adah, I. K. (2019). *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah di PT Pradana Grasindo Tour & Travel Cabang Gresik*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sa'adah, L., & Choiriyah, Z. (2020). *Penerapan Strategi Pemasaran di CV. Zam-Zam*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Safitri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kosmetik Msglow Store Pusat Lamongan. *Jekma*, 2(4), 1–10.
- Saumi, A. (2020). Kementerian Pertanian sebut petani perlu regenerasi. Retrieved April 13, 2022, from alinea.id website: <https://www.alinea.id/bisnis/kementerian-pertanian-sebut-petani-perlu-regenerasi-b1ZSe9wDM>
- Sawlani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sayyid, M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatama Jawara.
- Seran, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Deepublish.

- Setiawati, M., & Rudolf, L. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. *Manajemen Bisnis Kompetensi*, 12(1), 75–83.
- Sherly et al. (2020). Pengantar Manajemen Publik dan Bisnis: Tinjauan Teori dan Konseptual. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sherly, S., Halim, F., Butarbutar, M., SN, A., Sisca, S., Purba, B., ... Purba, E. (2020). *Pemasaran Internasional*. Medan: Yayasan Kita Menulis. Strategy.11th edition. McGraw-Hill, Irwin
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., ... Suyuthi, N. F. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudirman, A., Rosmayati, S., Anne, H., Arifudin, O., Rijal, K., Alaydrus, S., Rusmana, F., Syamsuriansyah, Hanika, I. M., & Nugroho, L. (2020). Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital. Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN*, 1(2), 41.
- Suliyanto (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Yogyakarta: Andi Offset
- Suripatty, Margaretha. Pattiasina., & Tantoly, Maichel. (2019). Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah-buahan Di Pasar Mardika Kota Ambon. *Jurnal Agribisnis Kepulauan* 9(3): 299-314.
- Tirtana, D., & Turmundhi, A. (2021). Promosi Online, Persepsi Harga dan Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2), 214–223.
- Tjipto, S. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Deepublish.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta : Andi.
- Tohardi, A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Tanjungpura: Tanjungpura University Press.
- Toharudin, M., Setiadi, R., Riono, S. B., Ikhwan, S., & Utami, S. N. (2022). *Pesisir*

Kabupaten

- Vernanda, M. T. L. (2020). *Pengaruh Kemasan Kosmetik Visual, Verbal, Dan Manfaat Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wanita*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Wati, L. A., & Primyastanto, M. (2018). *Ekonomi Produksi Perikanan dan Kelautan Modern*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Widanti, A. P., & Rani Rumita. (2017). Analisis Penyebab Terjadi Waste pada Karung Pembungkus dan Minimasi dengan Pendekatan Pengendalian Kualitas Teknik Five Whys Analysis. *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 1–6.
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1), 24–35.
- Wulandari, A. I., & Nurtjahjani, F. (2020). Pengaruh Kemasan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aroona Malang. *JAB*, 6(1), 109–112.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2019). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan* (Vol. 45). Bogor: IPB Press.
- Zebua, C. C. A. (2017). *Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Tehbotol Sosro*. Universitas Sumatera Utara.