

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Risna Dwi, S. Kumadji, E. Yulianto. 2015. Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.22, No.2.
- Agustin, Risna Dwi, S. Kumadji, E. Yulianto. 2015. Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.22, No.2.
- American Marketing Associate.1975. Pengertian Green Marketing.<http://www.flickr.com/photos/cali2okie/2399377732/>.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Renika Cipta.
- Astini, Rina. 2016. Implikasi Green Brand Image, Green Satisfaction Dan Green Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, Volume XX, No. 01, Februari 2016.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Ed. 5).Semarang : BP UNDIP.
- Haryadi, Budi. 2009. Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix.*Tesis*. Dipublikasikan Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2012. *Principle of Marketing, Global Edition*. 14th Edition. USA: *Pearson Education Limited*.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid.Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: indeks.
- Kusnandar, Deasy Lestary. The Influence Of Green Marketing On Purchase Decision With Brand Image As Mediate Variable. *Ustainable Competitive Advantage-7 (SCA-7)*.
- Kasali, Rhenald. 2005. *Sembilan Fenomena Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

- Laroche, M., Bergeron, J., & BarbaroForleo, G. 2001. Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing*, 18 (6).
- Maharani, Nina. 2012. Aktivitas Green Marketing Yang Dilakukan Oleh Produsen Dan Toko STMIK Dharma Negara Bandung e-mail: [ninol.maharani@yahoo.com](mailto:ninol.maharani@yahoo.com)
- Muhson, Ali. 2015. *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer Lanjut*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mustofa, Zainal. 2009. *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Olson, Jerry C. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Strategy Sixth Edition*. McGraw-Hill Irwin.
- Ottman, J. A. 2006. *Green Marketing: Challenges and Opportunities for the New Marketing Age*. Lincolnwood: NTC Publishing Group.
- Praharjo, A. 2013. Pengaruh green advertising terhadap persepsi tentang green brand dan keputusan pembelian (survei pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2010/2011 Universitas Brawijaya konsumen air minum kemasan merek ADES). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4 (2)
- Prakash, Aseem. 2002. Green Marketing, Public Policy and Managerial Strategies. *Journal of Business Strategy and The Environment*. Vol 11
- Priyono, Andi. 2017. Pengaruh Green Marketing dan Identitas Merek pada Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk di Area Pemasaran Jakarta. *Industrial Engineering Journal*, Vol.6 No.1 (2017).
- Purnama, James. 2014. Pengaruh Produk Ramah Lingkungan, Atribut Merek Hijau, Iklan Peduli Lingkungan dan Persepsi Harga Premium Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK. *Skripsi*. Dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Putripeni, Mayang Pradma. 2014. Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 10 No. 1 Mei 2014.

- Rahmat, Rezki Mulia. 2016. Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Brand Image The Body Shop Pada Store Trans Studio Mall Bandung. e-Proceeding of Management, Vol.3, No.2 Agustus 2016.
- Septifani, Riska, Fuad A. dan Imam S. 2014. Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Teknologi. Vol. 13, No. 2.
- Setyawati, Harini Abrilia. 2017. Penerapan Green Marketing Melalui Desain Produk Dan Promosi Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Pro Bisnis*, Vol. 10 No. 2 Agustus 2017.
- Simamora, Bilson. 2004 *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumarwan, Ujang, A.G dkk. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*, Seri 2. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sumarwan, Ujang, A.G dkk. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*, Seri 2. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sutisna dan Teddy Pawitra. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suyoto, Danang. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Yogyakarta: Asmara Books.
- Tiwari, Sandeep, Durgesh Mani Tripathi, Upasana Srivastava, and PK, Yadav. 2011. Green Marketing-Emerging Dimensions. *Journal Of Business Excellence*. 4.
- Tiwari, Sandeep, Durgesh Mani Tripathi, Upsana Srivasta, and PK. Yadav. 2011. Green Marketing –Emerging Dimension. *Journal of Business Excellence*. 4: 9-11.
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Rajawali Press.

Waslito, Jati dan Sujadi. 2014. Model Meningkatkan Niat Pembelian Konsumen Pada Produk Ramah Lingkungan. *Laporan Penelitian Hibah Bersaing*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Yuni, Hananta. 2016. Pengaruh Green Marketing Perusahaan pada Pilihan Konsumen: sebuah Tinjauan Komparatif pada Konsumen The Body Shop dengan *Larissa Skin Care* dan *Hair Treatment* di Kota Yogyakarta.