

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2016). Analisis Green Product dan Green Marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA* , Vol.4, no.1, PP 033-044.
- Choudhary, Aparna & Samir Gokarn. 2013. Green marketing: A means for sustainable development. *Journal of Arts, Science & Commerce*, Volume IV Issue 3(3), 26-32
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- kodu, S. (2013). harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza. *Jurnal EMBA* , Vol.1 No.3, PP 1251 - 1259.
- Kotler & Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2010). *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Martini, T. (2015). Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek honda jenis skuter matic. *jurnal penelitian* , Vol. 9, No. 1, 113-132.
- Nasution, M. ., (2010). *Manajemen Mutu Terpadu*. Dalam R. Sikumbang (Penyunt.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen*. PT. Kencana Prenanda Media, Jakarta.
- Ottman, Jacquelyn A. 2011. *The New Rules Of Green Marketing Strategies, Tools And Inspiration For Sunstainable Branding*. : Greenleaf Publishing, United Kingdom
- Paysal, S. A. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Nike di Bandung Tahun 2016. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , Vol.2, no.3 , PP 771-777.
- Purba, R. (1996). Measuring Consumer Perseptions Throught Factor Analysis The Asian Manager. *February-March*.

- Rahayu, L. m., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (Vol. 43 No.1 Februari 2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 43, no.1, PP 121 - 131.
- Riswati, A., Suharyono, & Kumadji, S. (t.thn.). Pengaruh Green Marketing Mix dan Marketing Mix Terhadap Customer Preference dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. 1-10.
- Romadon, Y., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image dan Struktur Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15, no.1, 1-7.
- Rosidhayanti, A. D. (2016). Analisis Faktor Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kue. Jepara: Skripsi Universitas Nahdlatul Ulama' Jepara.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran : Plus Tren Terkini, Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, E-Marketing. Yogyakarta: Andi Offset.
- Singh (July 9, 2010). Green Marketing: Opportunity for Innovation and Sustainable Development Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1636622> <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1636622>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV . Alfabeta
- Suryani, T.(2013). *Prilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: BPF.
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bad comforta. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4, PP 607-618.
- Wulandari, P., & Widodo, S. M. (2018). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Produk Elektronik. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, Vol.5, no.1.
- Yazdanifard, (2011). The impact of Green Marketing on Customer satisfaction and Envi- ronmental safety. Vol.5, 637. IACSIT Press, Singapore