

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu. 2013. *Pengaruh Startegi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Perumahan PT. Asta Karya Pekanbaru*. FEKON – UR, Pekanbaru.
- Balawera (2013). *Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di FreshMart Kota Manado*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Haryadi. 2009. *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus pada The Body Shop Jakarta)*. Magister Manajemen. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jogianto. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi pertama. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Diterjemahkan oleh: Sabran. Erlangga, Jakarta.
- Manongko. 2011. *Green Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minta Membeli Produk Organik (Studi Pada Pelanggan Produk Organik di Kota Manado)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya, Malang.
- Octaviani . 2011. *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan The Body Shop Di Kalangan Mahasiswa*. Ilmu Administrasi. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Rahmansyah. 2013. *Pengaruh Green Marketing Dalam Iklan Produk Terhadap Keputusan Membeli Konsumen*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin, Makasar.
- Risyamuka dan Mandala. 2013. *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Di Restoran Sari Organik Ubud*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana, Bali.
- Rosdiantini dan Sudrajat. 2013. *Pengaruh Green Marketing Terhadap Promotion Mix Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian PT Batara Indah (BANTEX)*. Universitas Bina Nusantara, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. C.V Andi Offset, Yogyakarta.