

## DAFTAR PUSTAKA

Boztepe,2012. Green Marketing and Its Impact on Consumer Buying Behaviour.

Buchari, Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung

Ghozali. 2001 Analisis Multivariate dengan program SPSS. Edisi ke 2. Universitas. Diponegoro: Semarang.

Haryadi, 2009. Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Pilihan Konsumen melalui Pendekatan Marketing mix.

Hashem, Tareq N dan Nahla A. Al-Rifai. (2011), “The influence of applying Green Marketing mix by chemical industries companies in three Arab States in West Asia on consumer's mental image”, Jordania, Henion K., Kinnear Th., 1976, ecological Marketing, Columbus, Ohio, American Marketing Association, pp. 248-312

Junaedi, M.F.S. 2005. Pengaruh Kesadaran Lingkungan pada Niat Beli Produk Hijau : Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan. Benefit, Vol. 9, No. 2, Desember, pp : 189-201.

Jogiyanto, H., M. 2007. METODOLOGI PENELITIAN BISNIS. Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.

Kotler Philip, and Gary Armstrong, (2004). *Principle of Marketing*. Prentice Hall Int, Inc., ninth Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.

Kotler, Philip, (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11 jilid 1, New Jersey, Prentice-Hall International, Inc.

Kotler, Philip (2007), *Manajemen Pemasaran*. PT.Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip, Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi ke-12. Jilid ke- 1). Jakarta: Erlangga.

Pradana,(2010). Analisis Pengaruh harga, kualitas produk,desain produk dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Toyota.

Nurbasari,(2014). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP PERUBAHAN SIKAP KONSUMEN (Studi kasus Sepatu Nike di Kota Bandung)

Ottman, J.A. Stafford E.&R. Hartman.C.L. 2006 Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Products. *Environment* Volume 48, Number 5 pp: 22-36 Heldref Publication, 2006.

Rahmansyah,(2014). PENGARUH *GREEN MARKETING* DALAM IKLAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KONSUMEN

Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*.

Sekaran, Uma. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Jilid 1. Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta.

Setyaji, Wahyu B. 2008. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Perceived Quality, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk di Kota Semarang”, Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Situmorang, 2011. Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis

Sugiyono, 2010, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta

Sugiyono, (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.

Suliyanto, S.E., M.Si. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offse.

Sunjoyo., Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., dan Kurniawan, A. (2003). Aplikasi Spss untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 2010). Cetakan ke-1 Februari 2013, Alfabeta, Bandung.

Wahyuni, 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat.

[https://www.scsglobalservices.com/files/standards/fsc-std-idn-01-01-2013\\_indonesianatural\\_plantations\\_and\\_slimf\\_idn.pdf](https://www.scsglobalservices.com/files/standards/fsc-std-idn-01-01-2013_indonesianatural_plantations_and_slimf_idn.pdf)

<http://www.ultrajaya.co.id/>