

DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association. (2003). *Perilaku Konsumen dan Implikasi dalam Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenada Media.
- Ardianti, N.T. (2008), “ *Analisis perilaku konsumen kota bogor terhadap produk kosmetik hijau*”. MBIPB- Bogor. Badan Pusat Statistik Kota Manado.
- Arikunto. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bucholz. (1998). Keputusan Pembelian Produk Organik. Rina Pratiwi, 22 Oktober 2012 diakses dari <http://rhynanana.blogspot.com/2012/10/analisis-jurnal-2.html> pada tanggal 10 Oktober 2014.
- Chowdury, dan Dasan. (2013). Green Marketing- A New Corporate Social Responsibility. *ASM's International E-Journal of Ongoing Research In Management and IT*.
- Cooper, D.R. dan C.W. Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kelima, Alihbahasa Widyono Soetjipto. Jakarta: Erlangga.
- Cravens. (2000). *Strategic marketing*, 6th Edition. Texas: Irwin Mc-Graw Hill.
- Dharmmesta, dan Handoko. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Duwi Priyatno. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Engel, et al. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jilid Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Fabricant, Stacey M. & Stephen Gould. (1993). Women's Make Up Careers: An Interpretive Study of Color Cosmetic Use and Face Value. *Psychology and Marketing*. Vol 10(6), hal. 531-548.
- Ferrinadewi dan Erna. (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol.7, No. 2, September 2005, hal. 139-15.
- Grant John. (2009). *Tiga Sasaran Green Marketing*. Edisi September 2009. Majalah Marketing.
- Haryadi, R. (2009). *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix Studi Kasus pada The Body Shop Jakarta*. Tesis S2. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Junaedi, S.M.F. (2005). Pengaruh Kesadaran Lingkungan pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9 (2), hal 189-201.
- Karna, Jari. Eric Hansen and Heikki Juslin. (2003). Social Responsibility in Environmental Marketing Planning. *European Journal of Marketing*. Vol 37 No.5/6, hal. 848-871.
- Kotler. (2007). Mengapa Perusahaan Perlu Memperhatikan Perilaku Masyarakat. Tania Juniati, 22 Januari 2014 diakses dari <http://taniajunianti.blogspot.com/2014/01/tugas-makalah-perilaku-konsumen.html> pada tanggal 19 Oktober 2014.
- Laroche, M., Bergeron, J., and Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting Consumers Who Are Willing to pay more for Environmentally-Friendly Products. *Journal of Consumer Marketing*, 18 (6), hal. 503-520.
- Maholtra. (2005). *Riset Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Makower, J., Elkington, J., Hailes, J.(1993). *The Green Consumer* . USA: Penguin Group.
- Mc.Daniel., Stephen W Rylander., David, H. (1993). Strategic Green Marketing. *Journal of Consumer Marketing*. Vol 10 No 3, hal.4-10.
- Mowen. (2002). Proses Pengambilan Keputusan Oleh konsumen. Chandra Irawan, diakses 24 Oktober 2014 diakses dari <http://chandraproject.blogspot.com/2014/10/proses-pengambilan-keputusan-oleh.html> pada tanggal 2 November 2014.
- Peattie. (1995). Green Promotion. Saeful Muhrom, 17 Mei 2013 diakses dari http://fulz-orangtasik.blogspot.com/2013_05_01_archive.html pada tanggal 10 Oktober 2014.
- Polonsky, Michael Jay. (1994). An Introduction To Green Marketing. *Electronic Green Journal*. Vol 1 issue 2.
- Pujari, D. and Wright, G. (1995). *Strategic product planning and ecological imperatives towards a taxonomy of strategic, structure and process: a multi-case study of companies in the UK and Germany*. MEG Conference. University of Bradford.
- Queensland Government. (2006). *Green marketing: The competitive advantage of Sustainability*.
- Saxena, dan Khandelwal . (2008). Consumer attitude towards green marketing: an exploratory study. University of Wollongong.
- Setiadi. (2003). Mengapa Perusahaan Perlu Memperhatikan Perilaku Masyarakat. Tania Juniati, 22 Januari 2014 diakses dari <http://taniajunianti.blogspot.com/2014/01/tugas-makalah-perilaku-konsumen.html> pada tanggal 19 Oktober 2014.
- Simamora, Bilson. (2003). *Aura Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA.

Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wells. (2001). Green Promotion. Saeful Muhrom, 17 Mei 2013 diakses dari http://fulz-orangtasik.blogspot.com/2013_05_01_archive.html pada tanggal 10 Oktober 2014.

Wibowo. (2002). Pengaruh Green Marketing Terhadap Purchase Intention. Frensa Oktaviani, diakses 18 Maret 2011 diakses dari http://www.academia.edu/8560372/pengaruh_green_marketing_terhadap_purchase_intention pada tanggal 12 Oktober 2014.

