

DAFTAR PUSTAKA

- Alfionita, C. M., Suharyono & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone Di Counter Handphone Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 36 no. 1: 178-185.
- Andriyanto, D. R. & Haryanto, O.J. (2010). Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20 35.
- Ary, Maxsi. (2014). Identifikasi Perilaku Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Program Studi Menggunakan Analisis Faktor. *Jurnal Paradigma*, vol. 16 no. 1: 35-45.
- Balawera, A. (2013). Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado, 2117-2129.
- Blend, J. R. & Ravenswaay, E. O. V. (1999). Measuring Consumer Demand for Ecolabeled Apples. *American Journal of Agriculture Economics*, vol. 81 no. 5: 1072-1077.
- D'Souza, C., Tagihan, M., Lamb, P. & Peretiatkos, R. (2006). Green Products and Corporate Strategy: An Empirical Investigation. *Society and Business Review*, hal.144-157. _____ .2007. Green Decisions: Demographics and Consumer Understanding of Environmental Labels. *International Journal of Consumer Studies*, 371–376.
- Dharmayanti, D. (2006). Analisa Sensitivitas Respon Konsumen Terhadap Ekstensifikasi Merek (Brand Extension) Pada Margarine Merek Filma Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 1 no. 2, hal. 65-73.
- Dinamawan, R. M. (2010). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, vol. 9 no. 3: 335-369.
- Duriyanto, D. (2001). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Gramedi, Jakarta.
- Engel, James, Blackwell, D.R. & Miniard, D.P. (1993). *Consumer Behaviour*, Seventh Edition, Orlando: The Dryden Press.

- Evelina, N., DW, H. & Listyorini, S. (2012). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Journal Of Social And Politic*, 1-11.
- Fiani, M. & Japarianto, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 1 no. 1: 1-6.
- Follows, S. & Jobber, D. (1999) Environmentally responsible purchase behavior: a test of a consumer model. *European Journal of Marketing*, 723-746.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hati, W. S. & Kartika, A. (2015). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Merek The Body Shop. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol. 3 no. 2: 120-127.
- Hariadi, D. (2012). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, vol.1 no.8, hal.1-20.
- Hartmann, P. & Ibáñez, V.A. (2012). Consumer Attitude And Purchase Intention Toward Green Energy Brands: The Roles Of Psychological Benefits And Environmental Concern. *Journal of Business Research* 65: 1254-1263.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Herri, Putri, N. & Kenedi, J. (2006). Analisis persepsi masyarakat terhadap produk hijau: Tinjauan faktor demografi, psikologi, sosial, dan budaya (kasus kota Padang). *Jurnal Business & Manajemen*, vol. 2 no. 1.
- Junaedi, S. F. M. (2005). Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 189 -201.
- Karundeng, F. P. (2013). Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Mawar Sharron Wanea Manado. *Jurnal Emba* 639, vol.1 no.3: 639-647.
- Ko, E., Hwang, Y. & Kim, E. (2013). Green marketing' functions in building corporate image in the retail setting. *Journal of Business Research*, vol. 66 no. 10: 1709-1715.

- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kussujaniatun, S. (2006). Efek Komunikasi Dari Mulut Kemulut Terhadap Sikap Dan Niat Membeli Produk Prosesor Amd Athlon Di Yogyakarta. *Balance, Economics, Business, Management And Accounting Journal*, no. 6:90-104.
- Laroche, Michel, Bergeron. J. & Forleo, G. B. (2001), "Targeting Consumers Who are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products," *Journal of Consumer Marketing*, vol. 18 no. 6: 503-520.
- Lopez F. F. & Marta L. S. (2015). Pengaruh Citra Perguruan Tinggi, Kualitas Pelayanan, Dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Studi Mahasiswa Indonesia Timur Di Surabaya. Diperoleh dari: <http://eprints.perbanas.ac.id/721/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>
- Margiyanti, T. (2013). Pengaruh kesadaran lingkungan terhadap niat beli produk hijau. *Artikel Publikasi Karya Ilmiah*, 1-14.
- Mostafa, M. (2006). Gender differences in Egyptian consumers? green purchase behaviour: the effects of environmental knowledge, concern and attitude. *International Journal of Consumer Studies*, vol. 31 no. 3: 220-229.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image pada Keputusan Pembelian (Survei pada Kosumen KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-7. Diperoleh dari: <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/141-534-1-PB.pdf>
- Neoloka, A. (2008). *Kesadaran Lingkungan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Novandari, W. (2011). Analisis Motif Pembelian Dan Profil Perilaku "Green Product Customer" (Studi Pada Konsumen Produk Pangan Organik di Purwokerto). *JEBA*, vol.13 no.1: 9-16
- Nugrahadi. (2002). *Perilaku konsumen hijau: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian bisnis pemasaran hijau*. Jakarta: Prenada Media.
- Ottman, J. A., Stafford, E. R. & Hartman, C. L. (2006). Avoiding green marketing myopia: Ways to improve consumer appeal for environmentally preferable products. *Environment*, vol. 48 hal. 5: 22-36.
- Peter, P. & Olson, J. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 6th Edition. New York: McGraw-Hill, Inc.

- Pebrianti, W. (2012). Analisis Pengaruh Kesadaran Lingkungan Dan Harga Premium Terhadap Niat Beli Produk Hijau Di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, vol. 3 no. 1: 69-84.
- Puspitasari, R. A. (2011). Respon Siswa SMP Negeri 3 Kelapa Bangka Belitung Terhadap Film Laskar Pelangi. *Skripsi*, 1-92.
- Purwanto, M. & Nasir, M (2001). Pengaruh Variabel *Role Conflict*, *Role Ambiguity* dan *Job Insecurity* Terhadap Kepuasan Kerja Akuntan Pendidik. *Jurnal Bisnis Strategi*, vol. 7: 12-30.
- Rostina, L. (2006). Perilaku Pencarian Informasi Tenaga Kesehatan: Studi Kasus Tentang Perilaku Penemuan Informasi Tenaga Kesehatan pada Perpustakaan Rumah Sakit Pertamina (RSPP). Tidak diterbitkan.
- Roostika, R. (2012). Citra Merek Tujuan Wisata Dan Perilaku Wisatawan: Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, vol. 1 no.1: 41-54.
- Rumpoko, U. A. D. (2016). Efek *Green Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Sripsi*: 1-103
- Schlegelmich., Bodo, M., Bohlen., Greg, M. & Diamontopolus, A. (1996). The Link Between Green Purchasing Decisions and Measures of Enviromental Consciousness. *E-journal of Marketing*. vol. 30: 35-55.
- Schiffman, K. & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Septifani, R., Achmadi, F., dan Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, vol. 13: 201-218.
- Shrum, L., McCarty, J., and Lowrey, T. 1995. Buyer Characteristics of the Green Consumer and their Implications for Advertising Strategy. *Journal of Advertising*, vol. 24 no. 2: 71-82.
- Shaputra, R. K. (2013). Penerapan Green Marketing pada Bisnis Produk Kosmetik. *Jurnal JIBEKA*, vol. 7 no. 3: 47-53.
- Singarimbun, M. & Effendi, S. (1995). Metode Penelitian Survey. Jakarta: LP3ES.
- Situmorang, J. R. (2011) Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis (2011)*, vol.7 no.2: 131-142.

- Straughan, Robert D., and James, A. Roberts, (1999), "Environmental Segmentation Alternatives: A Look at Green Consumer Behaviour in the New Millennium. *Journal of Consumer Marketing*, vol. 16 no. 6: 558-575.
- Suki, M. N. (2013). Green Awareness Effects On Consumers' Purchasing Decision: Some Insights From Malaysia. *IJAPS*, vol. 9 no. 2: 50-63.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sutisna. (2005). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sukotjo, H. & Radix, S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol. 1 no. 2: 216-228.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Waskito, J., dan Harsono, M. (2012). *Green Consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran Dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar Terhadap Kelestarian Lingkungan*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, vol. 3 no. 1: 29-39
- Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, vol. 55 no. 3: 249-270.
- Wibowo, S. F. (2011). Karakteristik Konsumen Berwawasan Lingkungan Dan Hubungannya Dengan Keputusan Membeli Produk Ramah Lingkungan. Hal.192-220. Diperoleh dari: <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/627193-1132-1-10-20170403%20.pdf>
- (Pet therapy, n.d.). www.thebodyshop.co.id