

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S., W. dan Cahyadi, I., G. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Majalah Ekonomi No. 2*.
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Byrne, M. 2003. "Understanding Consumer Preferences Across Environmental Marketing Mix Variations". OIKOS University of Newcastle.
- Charter, M. 1992. *Greener Marketing: A Responsible Approach to Business*. Greenleaf: Sheffield.
- Cobb-Walgren, Cathy, Chyntia A, Ruble, dan Naveen Donthu.(1995).Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent. *Journal of Marketing Research, Vol. 19, November*.
- Choudhary, Aparna & Samir Gokarn. 2013. Green marketing: A means for sustainable development. *Journal of Arts, Science & Commerce, Volume IV Issue 3(3), 26-32*.
- Dodds, William B; Monroe, Kent B; Grewal, Dhruv. (1991). *Effects of Price, Brand, And Store Information on Buyers Product Evaluation. Journal of Marketing Research, Vol. 28 Agustus*.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS".  
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. 2002. Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya.  
Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Hair, et al. 1995. *Multivariate Data Analysis 6 Ed.* New Jersey: Pearson Education.
- Haryadi, Rudi. 2009. Pengaruh strategi green marketing terhadap pilihan konsumen melalui pendekatan marketing mix (Studi kasus pada The Body Shop Jakarta). Thesis. Program Studi Magister Management Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Hati, S.& Kartika, A. 2015. *Pengaruh Green Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Merek The Body Shop (Studi pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Batam yang menggunakan Kosmetik Merek The Body Shop)*. Politeknik Negeri Batam, Prodi Administrasi Bisnis Terapan.
- Jogiyanto Hartono. 2011. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Ketujuh.  
Yogyakarta : BPFE
- Kotler Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta: PT Prehallindo.
- Kotler Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: PT Indeks.
- Kumastuti, Fitri. (2011). Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Telepon Seluler Sony Ericsson (Studi Kasus di Kabupaten Temanggung). *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Semarang: UNDIP

Lozada, H.R. 2000. *Ecological Sustainability and Marketing Strategy: Review and Implication*. Seton Hall University.

Manongko, Allen A. CH. 2011. "Green Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Membeli Produk Organik (Studi Pada Pelanggan Produk Organik di Kota Manado)", Tesis. Malang: Universitas Brawijaya.

Nanere, M. 2010. *What Green Marketing Has to Offer*. International Conference Indonesian Management Scientist Ass (AIMI). La Trobe University: Bendigo, Australia.

Ottman, J.A., et al. 2006. *Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Products*. Environment Volume 48, Number 5 pp 22-36 Heldref Publications.

Palwa, A. 2014. *Pengaruh Green Marketing terhadap keputusan pembelian yang dimediasi minat beli ( Studi pada pelanggan The Body Shop di Plaza Ambarukmo Yogyakarta)*. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Prothero, Adrea dan James A Fitchett, 2000, *Greening capitalism: Opportunities for a Green Commodity*, *Journal of Macromarketing*, Vol 20 No.1, page 51.

Putripeni, M.P., Suharyono, Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10 (1).

Rahayu.L., Adillah.Y., Mawardi.M. 2017. *Pengaruh Green Marketing terhadap Pembelian Konsumen ( Survei pada konsumen The Body Shop Indonesia dan di Malaysia) .* Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Situmorang, James R. 2011. Pemasaran hijau yang semakin menjadi kebutuhan dalam bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 7, No. 2, 131-142.

Silvia, F, Fauzi, A, & Kusumawati, A. (2014).Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya).*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14 (1).

Sugiyono (2008).*Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu dan Hani Handoko, T. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yadav.P., Singh.A. 2014. *Introduction to Green Marketing*. University of Delhi.Vol 5.Issue 10. ISSN 2250-1959

<https://nasional.kompas.com/read/2010/09/01/20270483/sony.ericsson.aspen.tawarkan.gaya.hidup.quotihjauquot> diakses 20 september 2018

<https://www.thebodyshop.co.id/#> diakses 20 september 2018

<http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2017/05/green-marketing/> diakses 20 september 2018