

Daftar Pustaka

- Agustin, R. D. 2015. Pengaruh green marketing terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada konsumen non-member Tupperware di kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2).
- Al-Bakri Thamer Yasser and Al-Nouri, Ahmad Nizar. (2007). *Green Marketing. ALYazuri Scientific for Publishing and Distribution*.
- Alfian, Nugroho, 2013, Peningkatan keputusan pembelian dalam menarik minat beli ulang konsumen berbasis kualitas pelayanan, citra toko dan social influence. *Jurnal manajemen bisnis*, Vol XII
- Allen, A. CH. Manongko, 2011. "Green Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Membeli Produk Organik (Studi Pada Pelanggan Produk Organik di Kota Manado)", Tesis S2, Universitas Brawijaya, Malang.
- Almuariief. 2016. Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Brand Image (Studi Pada Air Minum Dalam Kemasan Ades).
- Ansar. 2013. *Impact of Green Marketing on Consumer Purchase Intention. Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishin*, Rome-Italy, Vol 4 No 11.
- Antara News. (2014). <https://www.antaraneews.com/berita/417287/produksi-sampah-plastik-indonesia-54-juta-ton-per-tahun>, diakses pada hari Rabu, 4 juli 2018.
- Arseculeratne, Dinuk and Rashad Yazdanifard. (2014). How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. *International Business Research*. 7: 130-137.
- Asrianto Balawera. 2013. Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado
- Cateora & Graham, 2007, Pemasaran Internasional, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Ghozali, Imam. (2008). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0. Badan Penerbit UNDIP: Semarang.
- Dahlstrom, Robert. 2011. *Green Marketing Management*. Canada: Nelson Education. Ltd.
- Elkington, John (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Gabriola Island, BC ; Stony Creek, CT : New Society Publishers, c1998.

- Ferdinand, Augusty. 2002. Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Edisi Kedua. Badan Penerbit UNDIP: Semarang.
- Grant, John, 2007, Green marketing Manifesto. West Sussex : John Wiley & Sons Ltd.
- Greenpeace.(2018).<http://m.greenpeace.org/seasia/id/high/press/releases/Mengurangi-Konsumsi-Kemasan-Plastik-Sekali-Pakai-Adalah-Kunci/> diakses pada hari kamis 5 juli 2018.
- Hair, et al. (1995). Multivariate Data Analysis 6th Ed. New Jersey: Pearson Education.
- Jayanti, et al. (2017). Peran Green Trust Dalam Memediasi Pengaruh Green Perceived Value Terhadap Green Purchase Behavior.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: indeks.
- Kotler, P and Keller, K.L. (2009). Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Bob Sabran. Edisi 13, jilid 2. Jakarta:PT Indeks.
- Kotler, Philip and G. Armstrong. 2012. Principles of Marketing. 14th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Haryadi Rudi. 2009. Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix. Journal of Economic and Business. Vol.4, No.7. Hal:52-72.
- Hasan, A. (2014). **MARKETING DAN KASUS-KASUS PILIHAN**. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service (CAPS).
- Henry, Simamora, 2004, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Ke 3, Yogyakarta, STIE YPKL.
- Junedi, M.F. Shellyana. (2005) Pengaruh Kesadaran Lingkungan pada Niat Beli Produk Hijau; Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan. Beneit, Vol 9(2) 189-201
- Joana. 2015. The Impact of Green Marketing Practices on Consumer Buying Decision.
- Kinncar, Thomas C, dan Taylor, James R., 2003, Riset Pemasaran, (Terjemahan oleh Thamrin). Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga.
- La Roche, M.,J. Bergeron, G. Barbaro-Forleo, 2001, “Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products” , *Journal of consumer marketing*, 18, 6, 503-520

- Manongko, Allen A. 2011. Green Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli Produk Organik. Malang: Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (Publikasi Ilmiah).
- Nanere, M. 2010, "What Green Marketing Has to Offer", Internasional Conference Indonesia 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
- Ottman, Jacquelyn A. 2010. *The New Rules of Green Marketing Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. UK: Greenleaf Publishing.
- Panjaitan. 2014. Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Cluster Whelford di BSD City).
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 4. Alih bahasa: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Polonsky, Michael Jay. (1994). An Introduction To Green Marketing. Electronic Green Journal .Vol 1 issue 2.
- Prakash, Aseem. 2002. Green marketing, Public Policy and Managerial Strategies. *Business Strategy and the Environment*, 1(11): 285–297.
- Prothero, Adrea dan James A Fitchett. 2000. Greening capitalism: Opportunities for a Green Commodity. *Journal of Macromarketing*, Vol 20 No.1, page 51.
- Roby & Andjarwati. 2014. Pengaruh Green Product Pada Minyak Goreng Eco Planet Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Septifani, Achmadi, & Santoso. 2014. Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Minuman Teh Dalam Kemasan RGB).
- Sekaran, Uma, 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, *Salemba Empat*. Jakarta.
- Sekaran, U. 2007. *Research methods for business: a skill building approach. Fourth Edition*, Wiley India.
- Sugiono 2006. Statistika Untuk Penelitian. *Alfabeta*. Bandung.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen – Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.

Top Brand, 2017, <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey> diakses Juli 2018.

Wibowo, Buddi, 2002, Green Consumerism dan Green Marketing: Perkembangan Perilaku Konsumen dan Pendekatan Pemasaran. Usahawan, No. 6 Th XXXI Juni, pp : 12-15.Ferdinand, Augusty. 2002. Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Yan, Y. K., & Yazdanifard, R. (2014). The concept of green marketing and green product development on consumer buying approach. Global Journal of Commerce And Management Perspective, 3, 33-3



