

## Daftar Pustaka

- Aaker, David. (2009). *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum, Jakarta.
- Arif. (2014). Gerakan Lingkungan Hidup di Berbagai Belahan Dunia. (<http://bangazul.com/gerakan-lingkungan-di-berbagai-belahan-dunia.html>) 09 Februari 2017.
- Agustina, D. R. Dkk (2016). Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek hijau serta Dampaknya terhadap keputusan pembelian (survei pada mahasiswa jurusan administrasi bisnis strata-1 2012/2013 dan 2013/2014. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang menggunakan tisu merek Tessa), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 33, No. 1 April 2016.
- Almaulidta, A. Dkk (2015). Pengaruh *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Strata1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Produk Elektronik Merek Sony), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 1 Maret 2015.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Bisnis & Birokrasi Journal*, Vol.17, No. 2.
- Astuti, S. W. & Cahyadi, G. I. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Majalah Ekonomi*, 17(2), 145-156.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. AdesAlfindo Putra Setia, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1.
- Byrne, M. 2002. *Understanding Consumer Preferences Across Environmental Marketing Mix Variations*. OIKOS University of Newcastle.
- Chen, Y.-S. (2009). The drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust, *Journal of Business Ethics*, Vol. 93 No. 2.
- Cretu & Brodie. (2007). The Influence of Brand Image and company reputation where manufacturers market to small firms: a customer value perspective, *Industrial Marketing Management*, Vol. 36 No. 2.

- Dewi, A. I. (2014). Pengaruh Green Branding Terhadap Green Brand Preference Pada Industri Green Cosmetics di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol. 14, No. 3.
- Delgado & Munuera. (2005), Does brand trust matter to Brand Equity, *Journal of Product and Brand Management*, Vol.14, No. 2-3.
- Durianto, (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Gramedia, Jakarta.
- Durianto, (2004), “*Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*”, Gramedia, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Manajement And Strategy*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Fatima, S. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *Jurnal Sketsa Bisnis*. Vol. 1, No. 2. Desember 2014.
- Ferdinand Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajamen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrina Dewi. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19* edisi 5, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 7, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hartman, (2005). Green Branding Effects on Attitude: Functional versus Emotional Positioning Strategies. *Marketing Intelligence & Planning*, 23 (1): 9-29.
- Hernawan, (2012). 10 Karakter Unik Konsumen Indonesia, Marketing.co.id, (<http://www.marketing.co.id/blog/2012/01/21/10-karakter-unik-konsumen-indonesia/>). 09 Februari 2017.
- Ilmaya, F. (2011). Analisis Pengaruh Interaksi harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian batik di eka batik semarang. *Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*. Jakarta. Erlangga.

- Istantia, S., Dkk (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips LED di Perum Kapanjen Permai 1, RW 4, Desa Talangagung, Kec. Kapanjen, Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 32, Hal. 1, 174-182.
- Kotler, Philip, (2006). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Kotler & Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedua Belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12. Erlangga, Jakarta.
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, jilid 1. Penerbit Erlangga.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi.13, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Lozada, H.R. (2000). “*Ecological Sustainability and Marketing Strategy : Review and Implication*”. Seton Hall University.
- Lau & Lee (1999). Consumers’ Trust in A Brand and Link to Brand Loyalty, *Journal of Market Focused Management*, Vol.4.
- Mathur & Mathur, I. (2000). An Analysis of the Wealth Effect of Green Marketing Strategies. *Journal of Business Research*. Vol. 50, No. 2.
- Mourad, (2012). Perception of Green Brand in an Emerging Innovative Market. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 15 No. 4.
- Ong, I. A. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincao Station Grand City Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 1. No. 2. 1-11.
- Oliver, R.L. (1996). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill, New York, NY.
- Putripeni, M. P. Dkk (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen The Body Shop

Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 10, No. 1 Mei 2014.

Retnawati, B. B. (2012). Peningkatan Nilai-Nilai Merek Asli Indonesia dengan Green Branding. *Dinamika Sosial Ekonomi*. Vol. 7. No. 1.

Setyawan, A. A. (2007). Peran Kepercayaan Pada Merek Dan Kepuasan Dalam Menjelaskan Loyalitas Pada Merek (Studi Empirik Pada Konsumen Telpon Seluler). *The 1st PPM National Conference On Management Research "Manajemen di Era Globalisasi"*, Sekolah Tinggi Manajemen PPM, 7 November 2007.

Setyawan, M. B. & Ukuadi. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 14. No. 2.

Silvia, F. Dkk (2014). Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsultan Independen Di Oriflame Cabang Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14, No. 1.

Situmorang, (2011). Pemasaran Hijau yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.7, No. 2.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sunyono. Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.

Yunitasari, H. & Yuniawan, A. (2006). Analisa Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota. *Jurnal Manajemen & Organisasi*. Vol. 3. No. 2. Hal. 15.

Youl Ha, Hong. (2004). Factors Influencing Consumer Perception On Brand Trust Online. *Journal of Product and Management*, Emerald Group Publishing Limited. Vol. 13, No. 5.