

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J., dan Semuel, H. 2014. Pengaruh Satisfactions dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2 (1), pp: 1-10.
- Baskara, I. P., Hariyadi, G. T. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Chen, Y. S. 2010. "The Driver of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust". *Journal of Business Ethics*. 9 (3): pp: 307- 319.
- Chen, Y, S., and Chang, C. H. 2012. Enhance Green Purchase Intentions: The Roles of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust. *Management Decision*. 50 (3), pp: 502-520.
- Chen, Y. S., and Chang, S. H. 2013. Greenwash and Green Trust: The Mediation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk. *J Bus Ethics*, 114, pp: 489-500.
- Cok Istri, S. D. H. dan I Gst Agung, K. G. S. 2015. Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Antara Persepsi Nilai Dan Keputusan Pembelian Produk Hijau Herbalife di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*.4 (12) pp: :4186-4218
- Dehghanan, H., and Bakhshandeh, G. 2014. The impact of green perceived value and green perceived risk on green purchase behavior of Iranian consumers. *International Journal of Management and Humanity Sciences*, 3 (2), pp: 1349-1357.
- D'Souza, C., Taghian, M. & Lamb, P. (2006). An empirical study on the influence of environmental labels on consumers. *Corporate Communications: An International Journal*. Vol. 11 No. 2, pp. 162- 73.
- Ghozali, Imam. 2006. *Statistik Nonparametrik*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang: Badan Penerbit-UNDIP.
- <http://www.aperlindo.org/310873178> diakses pada tanggal 29 Oktober 2016
- <http://www.climatehotmap.org/about/global-warming-causes.html> diakses pada tanggal 29 Oktober 2016

http://www.listrikindonesia.com/aperlindo_dorong_sni_lampu_led_1328.htm
diakses pada tanggal 29 Oktober 2016

<http://www.jogjaprovo.go.id/pemerintahan/kalender-kegiatan/view/sekda-diy-buka-workshop-pemantapan-dan-evaluasi-hemat-energi-> diakses pada tanggal 29 Oktober 2016

Liang, Q., and Chaipoopirutana, S. 2014. A Study of Factors Affecting Customer's Attitude toward Intention to Purchase Green Electronic Products at an IT Mall in Beijing, China. *International Conference on Business, Law and Corporate Social Responsibility*. 1 (2).

Muhson, Ali. (2005). *Aplikasi Komputer*. Yogyakarta: FISE UNY.

Pickett-Baker, J. & Ozaki, R. (2008). Pro-environmental products: marketing influence on consumer purchase decision. *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 25 No. 5 pp. 28193.

Pratama, M. Ashar. (2014). "Pengaruh Green Perceived Value, Green Perceived Risk, dan Green Trust, terhadap Green Purchase Intention Lampu LED di Surabaya". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* (Volume 3 Nomor 1). Hlm. 1- 20.

Pratama, M. A. 2014. Profil Green Consumers Indonesia: Identifikasi Segmen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Green Products. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 3 (1).

Putri, Y., dan Suparna, G. 2014. Peran Kebiasaan Membaca Label Dalam Memediasi Pengaruh Variabel Demografi Terhadap Niat Membeli Produk Hijau Merek Natur-E Di Kota Denpasar. *E-Journal Universitas Udayana*. 3 (4), pp: 975-987.

Putri, P. T. A. P. 2014. Peran Sikap Dalam Memediasi Hubungan Pengetahuan Tentang Lingkungan Dengan Niat Membeli Produk Hijau Pendingin Udara Merek LG. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.

Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfa Beta.

Suprpti, N. W. S. 2010. Perilaku Konsumen, Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran. Denpasar: *Udayana University Press*.

Swastha, Basu & Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketujuh. Penerbit LIBERTY: Yogyakarta.

- Syamsul Rijal A. 2014. Pengaruh Sikap Konsumen Untuk Produk Ramah Lingkungan Pada Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan Lampu LED (Light Emitting Diode) di Yogyakarta. *Skripsi* Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
- Sekaran Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Buku2. Edisi4. Salemba Empat. Jakarta.
- Wu, S. I., and Chen, Y. J. 2014. The Impact of Green Marketing and Perceived Innovation on Purchase Intention for Green Products. *International Journal of Marketing Studies*. 6 (5), pp: 1918-719.
- Yan, Xu. 2013. The Research Analysis of The Green Label's Impact on The Consumer Purchase Behavior. *International Business Manageme*

