

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin. 2009. Analisis Penerapan Pemasaran Hijau (Green Marketing) untuk Meningkatkan Brand Image Produk Ramah Lingkungan pada Prigel Art & Gallery Arjosari, Malang. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak Dipublikasi*.
- 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*.
- Ayu, Nursyamsi. 2013. Pengaruh Strategi *Green Marketing* pada Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah di Perumahan PT. Asta Karya Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Vol. 24 No. 2*.
- Bibby, David N. 2009. Brand Image, Equity, and Sport Sponsorship. *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, Emerald Group Publishing Limited, 3: 21-99.
- Dahlstrom, Robert. 2011. *Green Marketing Management*. Mason: South-Western Cengage Learning.
- Dwi, risna, A. 2015. Pengaruh *Green Marketing* terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 22 No. 2*.
- Emisi Pemasaran Global Dari Sektor Ekonomi. [www.climatehotmap.org](http://www.climatehotmap.org) diakses pada tanggal 03 Desember 2016.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss19*. Edisi Kelima. Badan Penerbit Universitas diponegoro Semarang.
- Hair, et al. 1995. *Multivariate Data Analysis 6 Ed*. New Jersey: Pearson Education.
- Jerry C Olson, (2013): *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1.
- Istantia, Sukma. 2016. Pengaruh *Green Marketing* terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian pada Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips LED. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 32 No. 1*.

- Konsumsi penjualan BBM Tahun 2010 – 2014. <http://statistik.migas.esdm.go.id> diakses pada tanggal 03 Desember 2016.
- Kotler, Philip., Keller., dan Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip., Keller., dan Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. Edisi Keempat belas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- 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.
- 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.
- Pradma, Mayang, P. 2014. Pengaruh *Green Marketing* terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 10 No. 1.
- Romadon, Yusuf. 2014. Pengaruh Green Marketing terhadap Brand Image dan Struktur Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol: 15, No.1.
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Silvia, F, Fauzi, A, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 14 No. 1.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Alfa Beta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang, A.G, Prihartono, A.W Sumarlin, D.A. Mamahit, E. Purnomo Hadi, J. Hasan, M. Ahmady, R. Wulandari, T. Haryono. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*, Seri 2. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Suwantari, Tia. 2012. Pengaruh Pelaksanaan Konsep Pemasaran Hijau dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di The Body Shop Cabang Bandung Indah Plaza. Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.

- Vranesevic, Tihomir. 2003. "The effect of the brand on perceived quality of food products", *British Food Journal*, Vol.105, No.11, p.811-825
- 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.
- Mercy Igbazua E. 2011. The Impact of Green Marketing on Customer Satisfaction and Environmental Safety. *Internasional Conference on Computer Communication and Management*, Vol. 5, pp 637-641.