

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, Data Penjualan PT Ultra Jaya, <http://www.idx.co.id/> .Diakses tanggal 20 Oktober 2017 pk 15.00 WIB.
- Anonim, Sejarah PT Ultra Jaya, <http://www.ultrajaya.co.id/ind>.Diakses tanggal 20 Juni 2017 pk 06.00 WIB.
- Agustina, R. D., A. F. DH, et al. (2016). "Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Hijau Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Strata-1 Angkatan 2012/2013 dan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Menggunakan Tisu Merek Tessa)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 33: 9.
- Ahmad, F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2016). "Analisis Green Product Dan Green Marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Manado Town Square." *Jurnal EMBA*, 4, 12.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto.(2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (cetakan 2). Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima.)* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hosseinzadeh, S., & Azizpour, M. (2013). "The Effect of Green Products and Green Promotion on Customers' Loyalty to the Brand of Nagshe Jahan Sugar Company." *International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR)*, 2, 5.
- Imam Ghozali. 2014. *Partial least squares konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Porgram Warp PLS 4.0*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kampani, P., S. Kumadji, et al. (2014). "Pengaruh Green Marketing Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan Dalam Keputusan Pembelian Mobil (Studi pada Konsumen PT Astra International Tbk.–TSO Malang Sutoyo)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 12.

- Kong, W., Jarun, A., Sulong, R.S. & Lily J. (2014). The influence of consumers' perception of green products on green purchase intention. *International Journal of Asian Social Science*. 4(8), 924-939
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller. 2009 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13*, Erlangga.
- Maharani, Putri Nazma. 2010. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Konsumen Dalam Pembelian Produk The Body Shop". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 4 No. 1 Maret 2010 hal 1-20 ISSN: 1978-3116. <http://www.stieykpn.ac.id> (diakses 31 Maret pukul 07.02 WIB). Yogyakarta: Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STIE YKPN Yogyakarta
- Nugrahadi, Eko Wahyudi. 2002. "Pertanian Organik Sebagai Alternatif Teknologi dalam Upaya Menghasilkan Produk Hijau". *Makalah Falsafah Sains (PPs702) Program Pasca Sarjana IPB*. <http://www.deptan.go.id> (diakses 31 Maret pukul 06.57 WIB).
- Nugroho, Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen*. PT. Kencana Prenanda Media, Jakarta.
- Nursanti, T.D dan Melisa (2011) "Analisis Pengaruh Green Product dan Green Advertising Terhadap Keterlibatan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Konsumen Laksmie Florist". *Jurnal Binus Business Review* 2 : 2
- Palaguna, I. G. N. F. and I. G. N. F. Palaguna (2016). "Green Promotion Memediasi Green Packaging Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada AMDK ADES di Kota Denpasar)." *E-Jurnal Manajemen Unud* 5: 28.
- Pankaj, K.A. & Vishal, K.L. (2014). Consumer adoption of green products and their role in resource management. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*. 5 (3), 22-28.

- Parlan, A.V., dkk., (2016). “ The Effect Of Green Marketing Mix On Purchase Decision And Customer Satisfaction (Study on Independent Consultant of JAFRA Cosmetics Indonesia in Malang)”.*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 39:1
- Patel, C.P. & Chugan, P.K. (2015).The influence of consumer perception towards green advertising on green purchase intention.*International Journal of Entrepreneurship & Business Environment Perspectives*.4(3), 1865-1873.
- Prastiyo, Y. (2016). "Pengaruh Green Marketing Tool's Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen." *E Jurnal Manajemen Unud* 5: 27.
- Rahayu, L. M. P., Y. Abdillah, et al. (2017). "Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 43: 11.
- Risyamuka, I. K. and K. Mandala "Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Di Restoran Sari Organik Ubud."
- Rokka, J. & L. Uusitalo, (2008). Preference For Green Packaging In Consumer Product Choices – Do Consumers Care? *International Journal of Consumer Studies*. 32(5), 516-525.
- Rundh, B. (2009). Packaging design: Creating competitive advantage with product packaging. *British Food Journal*. 111 (9), 988–1002.
- Santoso, I., & Fitriyani, R. (2016). “Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, Dan Minat Beli Konsumen”. *Jur. Ilm. Kel. & Kons*, 9, 12.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma, 2011, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat
- Shabani, Nazanin, Mohboobeh, Ashoori, Mohammad, Taghinejad, Hamed Beyrami, and Marjan N. Fekri. 2013. “The Study of Green Consumers’ Characteristics and Available Green Sectoris in The Market”.

International Research Journal of Applied and basic Science. Science Explorer Publication.

- Shamsadami P., Chon-Lin, G., and Richmond, D. 1993. Exploring Green Consumers in an Oriental Culture: Role of Personal and Marketing Mix, *Advances in Consumer Research*, 20, 488-493. *Jurnal*. <http://www.acrwebsite.org> (diakses 31 Maret 2017 pukul 06.50 WIB)
- Situmorang, J. R. (2011). Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7, 12.
- Sproles, G.B., Kendall, E.L. (1986), "A methodology for profiling consumers' decision-making styles", *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 20 No.2
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Utina, R. (2008). PEMANASAN GLOBAL: Dampak dan Upaya Meminimalisasinya. *Dosen Biologi FMIPA Universitas Negeri Gorontalo*.
- Widiyono dan Mukhaer Pakkanna, *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*, Jakarta: Mutra Wacana Media, 2013.
- Widodo, A., R. Yusiana, et al. (2015). "Pengaruh Green Marketing Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan Dalam Keputusan Pembelian Pada Ades (Studi Kasus Pasa Mahasiswa/i Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University." *Ecodemica*