

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.
- ahmad, f., lapian, j., & soegoto, a. s. (2016). Analisis green product dan green marketing strategy terhadap keputusan pembelian . *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*.
- Aldoko, D., Suharyono, & Yuliyanto, Y. (2016). pengaruh green marketing terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Adminstrasi Bisnis*.
- Ambarwati, M. (2015). Pengaruh citra merek terhadap minat beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Ansar, N. (2013). Impact of Green Marketing on Consumer Purchase Intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*.
- Devi. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen pada produk the body shop. *Jurnal Administrasi bisnis*.
- Ghozali. (2016). *Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 24*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Grant, J. (2007). *The Green Marketing manifesto*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Grewal, D., & Michael Levy. (2010). *Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Hair, J. (2010). *Multivariate Data Anaylsis. Edisi 7*. New Jersey: Prentice Hall.
- Haryadi, & Hendi. (2009). *Administrasi Perkantoran untuk Manajemen*. Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka.
- Hawkins, D., & Mothershaugh, D. (2010). *Consumer behavior Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Kampani, P. (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*.

- Kasali, R. (2005). *Membidik pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran diterjemahkan oleh Bob sabran. Jilid 2. Edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 8. Jilid 2. Alih bahasa Damos Sihombing*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mahmoud, T. O. (2018). Impact of Green Marketing Mix on Purchase Intention. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 127-135.
- Polonsky, & Michael Jay. (1994). An Introduction to Green Marketing. *Electronic Green Journal*.
- Putripeni, M. P. (2014). Pengaruh green marketing terhadap citra merek dan kepuasan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Romadon, Y. (2014). Pengaruh green marketing terhadap brand image dan struktur keputusan pembelian (Survei pada Followers Account Twitter@ PertaminaIND Pengguna Bahan Bakar Ramah lingkungan Pertamina Series). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business. Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singh, P. (2010). *Green Marketing: Opportunity For Innovation And Sustainable Development*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis edisi 14*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu, & Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tiwari. (2011). Green Marketing-Emerging Dimension. *Journal of Business Excellence*.
- Uthamaputhran, S. (2015). The effectiveness of green product positioning and marketing strategies towards purchase intention in Malaysia. *International Journal Innovation and Learning. Vol 17*.
- Wu, S.-I., & Chen, Y.-J. (2014). The Impact of Green Marketing and Perceived Innovation on Purchase Intention for Green Products. *International Journal of Marketing Studies*.

Xian, G. (2011). Corporate, Product, and User Image Dimension and Purchase Intention. *Journal of Computer*, 6, 1875-1879.

Yudhya, T. B. (2016). Analysis of green marketing strategies on consumer purchase intention studies on: The Body Shop Bandung Indonesia. *IJABER*.