

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Esti Handayani (2012). Keanekaragaman Jenis Gastropoda di Pantai Randusanga Kabupaten Brebes Jawa Tengah. Skripsi FMIPA UNNES.
- Akter, Seikh Farid Uddin, et al. (2012). "Dementia: prevalence and risk factors." *International Review of Social Sciences and Humanities* 2.2: 176-184.
- Alniacik, U., & Yilmaz, C. (2012). The effectiveness of green advertising: Influences of claims specificity, product's environmental relevance and consumers' proenvironmental orientation. *Economic Inferences*, 14, 207-222.
- Ankit, Andhi and Mayur, Roy. 2013. Green Marketing: Impact of Green Advertising on Consumer Purchase Intention. *Journal of Advances in Management*. Volume:6. No.9, pp 14-17.
- Ayu, Y. D. S. (2016). *Pengaruh Green Product dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Produk Teh Siap Minum dalam Kemasan Karton Merek "Teh Kotak Jasmine" di Purworejo* (Doctoral dissertation, Manajemen-Fakultas Ekonomi).
- Banerjee, S., Gulas, C. S., & Iyer, E. (1995) Shades of green: a multidimensional analysis of environmental advertising. *Journal of advertising*, 24(2), 21-31.
- Basu, Swastha. 2012. *Manajemen Penjualan*, Edisi 3, Yogyakarta, BPFE
- Crane, A. (2000). Facing the backlash: green marketing and strategic reorientation in the 1990s. *Journal Of Strategic Marketing*, 8(3), 277—296
- Darmawan, E. I., & Widodo, A. (2019). Pengaruh Green Product, Green Advertising Dan Green Brand Image Terhadap Purchased Decision Cat Tembok Nippon Paint. *eProceedings of Management*, 6(3).
- D'Souza, C., Taghian, M. and Lamb, P. (2006), "An empirical study on the influence of environmental labels on consumers".
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Undip Semarang Salatiga Press.
- Hanifah, A. D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Berwawasan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Yang Menghuni Perumahan Ijen Nirwana Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(2), 23-32.

- Hartono, Hendry, dkk. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Jurusan Manajemen. Universitas Bina Nusantara. Jakarta Barat.
- Haryadi, hendi. (2009). Administrasi Perkantoran untuk Manajemen & Staf. Jakarta Selatan : Transmedia Pustaka.
- Jain, S. & Kaur, G. (2004). Green marketing: An attitudinal and behavioural analysis of Indian consumers. *Global Business Review*, 5(2), 187–205.
- James F. Engel (1994), pengertian perilaku konsumen, dalam buku Perilaku Konsumen, Edisi 6 : jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.
- Karna. Hansen, Juslin. 2001. Green Advertising, Greenwash or a true Reflection of Marketing Strategies. GMI
- Kotler Philip dan Amstrong Gary 2012, Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 Jakarta :Erlangga.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran,Edisi Milenium. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012, Marketing Management Fourteenth, United States of America, Pearson Education.
- Makower, J., Elkington, J., Hailes, J. 1993. “The Green Consumer”. USA: Penguin Group.
- McDaniel, S. and Rylander, D. (1993) Strategic Green Marketing. *Journal of Consumer Marketing*, 10, 4-10.
- Ottman, J. A., Reilly, W. R. 1998. Green marketing; Opportunity for innovation. Second edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Peter J. Paul dan Olson Jerry C. 2010. Consumer Behavior and Marketing Strategy 9th. New York, USA: Mc Graw Hill.
- Polonsky, M.J. (1994) An Introduction to Green Marketing. *Electronic Green Journal*, 1, 2-3.
- Prakash A. 2000a. Greening the Firm: the Politics of Corporate Environmentalism. Cambridge University Press: Cambridge.

- Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 121-131.
- Rakhmawati, N. L. (2019). *Pengaruh Green Product, Green Brand, dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Rath, Ramesh Chandra. 2013. An Impact of Green marketing on Practices of Supply Chain Management in Asia: Emerging Economic Opportunities and Challenges. *International Journal of Supply Chain Management*, 1(2): 78 – 86.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leislle Lazar, 2000. *Consumer Behavior*. Seventh Edition. USA :Prentice-Hall, Inc.
- Smith, C. W., 1998. *Pest plants of Hawaiian native ecosystems*. University of Hawaii, USA: Department of Botany
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, Cetakan Keenam.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Kedua. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Ummar, Husein, 2003. *“Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa”*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia.
- Widiana, M.E dan Sinaga, B. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bandung: Penerbit Karya Putra Darwati.
- Zinkhan, G.M. dan L. Carlson (1995), ”Green advertising and the reluctant consumer”, 24, 2, 1-5. *Journal of Advertising*,

