

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Zakarija. (2014). Theory Of Planned Behavior, Masihkah Relevan? [http://zakarija.staff.umm.ac.id/download-aspdf/umm\\_blog\\_article\\_112](http://zakarija.staff.umm.ac.id/download-aspdf/umm_blog_article_112). pdf, diakses 12 April 2015.
- Ahmadi, S., Javadi, F., dan Pakravan, P. (2015). *The effect of green marketing tools on sport products consumers' behavior: Hamedan Islamic Azad University higher education students and faculty members view point. Journal of Business and Management Studies, 1(1), 1-10.*
- Ajzen, Icek. (2015). *Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. Rivista di Economia Agraria, Anno LXX, n. 2, 2015: 121-138.*
- Aldoko, D.S. dan Yulianto, E. (2016). Pengaruh *Green Marketing* terhadap Citra Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. Vol 40(2), 17-23. *Jurnal Administrasi Bisnis, 40(2): 17-23.*
- Angelina, Rares. (2015). *The Effect of The Price, Promotion, Location, Brand Image and Quality Products Towards The Consumers at Bengkel Gael Store Manado Town Square. Jurnal EMBA, Vol.3, No.2.*
- Chekima, B., Wafa, S. A. W. S. K., Oswald, Igau, A., Chekima, S. (2015). *Determinant Factors Of Consumers' Green Purchase Intention: The Moderating Role Of Environment Advertising. Asian Social Science. Vol.11 No.10.*
- Chin, C. H., Chin, C. L., dan Wong, W. P. M. (2018). *The implementation of green marketing tools in rural tourism: the readiness of tourists?. Journal of Hospitality Marketing & Management, 27(3), 261-280.*
- Delafrooz, N., Taleghani, M., dan Nouri, B. (2014). *Effect of green marketing on consumer purchase behavior. QScience Connect, 2014(1), 5.*
- DEWI, Ni Made Ari Puspa; RAHYUDA, Ketut. Pengaruh Alat Pemasaran Hijau terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen, 2018, 7.4: 2164-2195.*

- Dharmawan, I. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Yang Ada di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Bandung.
- Delafrouz, Narges, Mohammad Taleghani, dan Bahareh Nouri. (2014). *Effect of green marketing on consumer purchase behavior. Qscience Connect.*
- Dvorakova, S., Vaclavikova, E., dan Skaba, R.( 2014). *RET variants and haplotype analysis in a cohort of Czech patients with Hirschsprung disease. PLoS One, 9, e98957.*
- Fahmi, Irham. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indiryono. (2014). Manajemen Pemasaran. Cetakan ketiga, Edisi kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, Ali. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis.* Bandung: Refika Aditama.
- ISKANDAR, OGI, et al. MINAT BELI PRODUK YANG MENGIMPLEMENTASIKAN GREEN MARKETING DILIHAT DARI FAKTOR KESADARAN LINGKUNGAN, KESEDIAAN MEMBELI DAN GAYA HIDUP. 2016.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.*
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016): *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kumar, N. (2017). *Interdisciplinary Digital Preservation Tools and Technologies. USA: IGI Global.*
- Mantiaha, Gratia F. 2016. The Influence of Green Marketing on Consumer Buying Behavior (Study at The Body Shop Manado). Jurnal EMBA, 4 (2), pp: 58-67

- Muslim, E., dan Dyah Rusty Indriani. (2014). Analisis Pengaruh Eco-Label Terhadap Kesadaran Konsumen untuk Membeli Green Product. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13 (1), h: 66-80.
- Parawitha, IGM. Danendra D., dan Ni Made Rastini. (2016). Pengaruh Strategi *Green Marketing*, *Corporate Social Marketing* dan *Environmental Behavior* Terhadap *Green Purchasing Behavior*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (10), h: 6457-6486.
- Putra, I Putu Agus Surya Setiawan. Suryani, Alit. 2015. Peran Green Trust dalam Memediasi Green Percieved Value terhadap Green Purchase Behavior pada Produk Organik. *Ejurnal Manajemen Unud*. 4(10): 3015-3036
- Putranto, Indra. 2014. Pengaruh Alat Pemasaran Hijau pada Perilaku Pembelian Aktual Konsumen: Studi Empiris pada Lampu Hemat Energi Merek Philips. Skripsi. Universitas Gadjah Mada, Jogjakarta
- PRASTIYO, Yuni. Pengaruh Green Marketing Tool's terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 2016, 5.6.
- Priansa, Donni Junni. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Rachman, Hanung Harimba. (2018). Arah dan Kebijakan *Green Investment*. Diskusi Interaktif: Mewujudkan Investasi Perubahan Iklim Perkembangan, Tantangan dan Peluang Pada Festival Iklim 2018.
- RAHMAN, ASM Saifur, et al. Influence of green marketing on consumer behavior: A realistic study on Bangladesh. *Global Journal of Management And Business Research*, 2017.
- Rahman, Shahriar dan Mahbubul Haq. (2016). *Eco Branding: A Way to Sustainable Business Opportunities in Bangladesh*. Vol.8
- Sarwono, Jonathan. (2013). Path Anaylsis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Semakin akbrab dengan bisnis hijau. SWA. Edisi 10. 10 – 23 mei 2017. Hal 20 – 21

- Seminar, P., & Aimi, N. (2017). Pembelian Konsumen I Made Sugiarta; Eka Sulistyawati ; I Wayan Santika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia, 27–28
- Setiyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, Effendi. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran – Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing. Yogyakarta: Andi
- Sharma, Meghna dan Prachi Trivedi. (2016). *Various Green Marketing Variables and Their Effects on Consumers' Buying Behaviour for Green Products Vol. 5 pp. 1-8.*
- Silvia, Fadilatul. (2014). Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian, 14(1). Jurnal Administrasi Bisnis Brawijaya Malang.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran.* Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.

**Sumber Internet :**

<https://ecocare.co.id> diakses tanggal 17 Maret 2019

<https://nasional.sindonews.com/read/1302781/15/10-problem-besar-lingkungan-di-indonesia-1525347778> diakses tanggal 17 maret 2019

<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2015/SUSTAINABILITY-TERUS-MEMILIKI-MOMENTUM-TERSENDIRI-BAGI-KONSUMEN-ASIA-TENGGARA.print/> diakses tanggal 17 Maret 2019