

## DAFTAR PUSTAKA

- Almuarief (2016). “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Studi Pada Air Minum Dalam Kemasan Ades)”.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ega Mahesa Putra Mardika dan Farika Nikmah (2018). “Pengaruh *Green Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Kota Blitar” pada J A B Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:4 Nomor:1, Juni 2018 ISSN :2407-3741.
- I Gede Sueca Arimbawa dan Ni Wayan Ekawati (2017). “Pengaruh Penerapan *Green Marketing* Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk” pada E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No, 5, 2017: 2582-2608 ISSN 2302-8912.
- I Gusti Ayu Widya Sari dan Putu Yudi Setiawan (2017). “Pengaruh *Green Marketing* Dan Packaging Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Starbucks Coffee” pada E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 7, 2017: 3820-2849 ISSN : 2302-8912.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008, *Prinsip – Prinsip Pemasaran* Jilid 1, Edisi Keduabelas. PT. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009, *Manajemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2003), *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, dan Armstrong.2000.*Dasar-dasar pemasaran*. Terjemahan oleh Bandung Sarwiji.Edisi Sembilan.Jilid 1.Penerbit PT.Indeks.Jakarta.
- Luh Made Pradnyani Rahayu, Yusri Abdillah dan M. Kholid Mawardi (2017). “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Body Shop* Di Indonesia Dan Di Malaysia” pada Jurnal Administrasi Bisnis Vol.43, No.1 (2017).
- Lozada, H.R. 2000. *Ecological Sustainability and Marketing Strategy Review and Implication*. Seton Hall University.

- 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.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power Of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono (2008). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sukma Istantia, Srikandi Kumandji dan Kadarisma Hidayat (2016). “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips Led Di Perum Kepanjen Permai 1, Rw 4, Desa Talangagung, Kec. Kepanjen, Malang, Jawa Timur)” pada *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 32 No. 1 Maret 2016.