

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David & Biel. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Hillslade: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Agustina, 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(2).
- Agustina, R. D. dan Fauzi, D. H. (2016). Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek Hijau serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Strata-1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Menggunakan Tisu Merek Tessa). *Jurnal Administrasi Bisnis* 33(1), 171-179.
- Aldoko, D., Suharyono, S., & Yuliyanto, E. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 17-23.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Armstrong & Kotler. (2015). *Marketing an Introducing*. Prentice Hall. 12<sup>ed</sup>. England: Pearson Education, Inc.
- Arseculeratne, Dinuk, and Yazdabifard. (2014). How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. *International Business Research*. Vol 7. Toronto: Canadian Center of Science and Education.
- Boztepe, A. (2012). Green Marketing and its Impact on Consumer Buying Behavior. *European Journal of Economic & Political Studies*, 5(1).
- Brown, T. A. (2006). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*. New York: The Guilford Press.
- Bukhari. (2011). Green Marketing and It's Impact on Customer Behavior. *European Journal of Bussines and Management*.
- Dahlstrom, R. (2011). *Green Marketing Manajemen*. Mason: South-Western Cengage Learning.
- Fletcher, Robert. (2013). Penggunaan listrik Indonesia di [www.phillips.co.id](http://www.phillips.co.id) (di akses tanggal 5 Juli 2019)

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif debfab Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2017). *Analisis Multivariat dan ekonometrika dengan Eviews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudormo. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Grant, John. (2007). *The Green Marketing Manifesto*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Haryadi, Budi. (2009). Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Pilihan Konsumen melalui Pendekatan Marketing Mix. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Hawkins & Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11<sup>ed</sup>. McGraw-Hill, Irwin.
- Hoyle, R. H. (ed.). (2012). *Handbook of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford Publications, Inc.
- Hsu, Jane Lu & Chang, Kai-Ming. (2008). Purchase of Clothing and Its Linkage to Family Communication and Lifestyle Fashion Among Young Adult. *Journal Marketing and Management*, 12(2).
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta : Erlangga.
- Istiantia, Sukma. S.Kumadji, dan K. Hidayat. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Produk Ramah Lingkungan Lampu Philips LED di Perumahan Kepanjen Permai 1, RW 4, Desa Talanggung, Kec. Kepanjen, Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(1), 174-182.
- 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*. 12(1).
- Keller. (2013). *Strategy Brand Management (Building, Measuring and Managing Brand Equity)*. Fourth Edition. New Jersey: Praticce Hall.

- Khine, M. S. (ed). (2013). *Application of Structural Equation Modeling in Educational Research and Practice*. Netherlands: Sense Publishers.
- Kline, R. B. (ed). (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.
- Kotler, and Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller. (2011) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller. (2012). *Marketing Management* (14<sup>th</sup> ed.). Global Edition Pearson Education.
- Kotler, Philip and Keller. (2016). *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Prectice Hall, Inc.
- Kurniawati, I. (2011). Penerapan Green Marketing untuk Membentuk Brand Image pada Upaya Membentuk Corporate Image (Studi kasus pada PT. Bank XX Kantor Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Lanasier, Evi Vileta. (2002). Perilaku Konsumen Hiiiau Indonesia: Tinjauan Sudut Demografi dan Psikografi. *Media Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol 2, No 2, PP. 80-11: Jakarta.
- Lesmana, Surya. (2016). Indonesia Pasar Terbesar Lampu LED di Asia Pasifik. Suara Pembaruan di [www.sp.beritasatu.com](http://www.sp.beritasatu.com) (di akses tanggal 5 Juli 2019)
- Moisander, Johanna. (1996). *Motivation for Ecological Oriented Consumer Behavior*. [www.lanacs.ac.uk](http://www.lanacs.ac.uk) (diakses 3 Juli 2019)
- Musay, F. P.(2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (survei pada konsumen kfc kawi malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2).
- Narjono, A. (2012). Atribut Produk sebagai Dasar Pembelian Susu (Studi pada Swalayan Singosari Kabupaten Malang). *Ekonomika Jurnal Ekonomi*, 5(1) : 6, 11, 6-11.
- Noor, J. (2015). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Putripeni, M. P. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* 10(1).
- Ottman, Jacquelyn A. (2011). *The New Rules of Green Marketing*. England: Greenleaf Publishing, Sheffield.

- Parlan, A. V., Rusmawati, A., & Mawardi, M.K. (2016). The Effect of Green Marketing Mix on Purchase Decision and Customer Satisfaction Cosmetic Indonesia in Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(1), 172-178.
- Peter & Olson. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Pusponegoro, Candra. (2016). Philips, Hemat Energi 85 Persen dan Tahan Hingga 15 Tahun di <http://www.batamtribunnews.com> (di akses tanggal 8 Juli 2019)
- Polonsky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic green jurnal*, 1(2) .
- Romadon, Yusuf, Srikandi Kumadji, dan Yusri Abdillah. (2014). Pengaruh Green Marketing terhadap Brand Image dan Struktur Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Account Twitter @PertamaxIND Penggunaan Bahan Bakar Ramah Lingkungan Pertamina Series). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 15(1)
- Sawastha & Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFPE.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. New York: Routledge.
- Sekaran, Uma, dan Bougie. (2017). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Septifani, R., Achmad, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh *Green Marketing*, Pengetahuan dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201-218.
- Silvia, F. (2014). Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 14(1)
- Situmorang, James R. (2011). Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 7(2), 131-142.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Brand Management Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Award*, 5 Juli 2019, dari <http://www.topbrand-award.com>