DAFTAR PUSTAKA

Allen A. Ch. Manongko, (2011).”*Green Marketing* dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Membeli Produk Organik ”,(Studi Pada Pelanggan Produk Organik di Kota Manado).

Ardik Praharjo, Suharyono, Wilopo, (2010).”Pengaruh *Green Advertising* terhadap persepsi tentang *Green Brand* dan Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2010/2011 Universitas Brawijaya Konsumen Air Minum Kemasan Merek ADES)

Armstrong, G., Kotler, P (2008) *Principles of Marketing*, 12th ed., New Jersey :Prentice Hall.

Astuti, Septin. 2004. *Evaluasi Konsep Produk Lampu dalam Proses Desain dan Pengembangan Produk Lmapu dengan Pendekatan Green Quality Function Deployment II*. Tesis Jurusan Teknik Industri. Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya

Cher-Min Fong and Nai-Jen Chang, (2010). “Green Product Quality, Green Corporate Image, green Customer Satisfaction, and Green Customer Loyalty”. African Journal of Business Management, 4(13), October, pp. 2836-2844.

Cooper dan Kleinschimidt, 2000,dalam Munfaat (2003) *“New product performance: what distinguishes the star products”*, Australian Journal of Management, Vol.25 No.1.Brigham, Eugene F dan Phillip R. Daves. 2002. Intermediate Financial Management. Seventh Edition. United State: Thomson Learning.

Cut Raihan dan Tri Padmi Damanhuri,(2010). *Potensi Ekonomi Kegiatan Daur Ulang Sampah Tetrapak Kemasan Produk Pada Sektor Informal di Kota Bandung.* Program Studi Teknik Lingkungan ITB, Bandung.

Dede Sulaeman,(2007). Agro-industri Ramah Lingkungan. Ditjen PPHP-Deptan. Jakarta.

Deddi Duto Hartanto, 2001. Penggunaan Ilustrasi sebagai daya tarik pada iklan media cetak. Nirmana Vol.3,No.1

Fauziah Ahmad, Mohd. Helmi Abd. Rahim, Ros Zayanah (2012). "Green Advertising and Environmentally Responsible Consumer Behaviour: The Level of Awareness and Perception of Malaysian Youth". Asian Social Science, Vol.8, No.5.

Friska, (2004). "Manfaat Promosi Dalam Usaha Untuk Meningkatkan Produksi Pada Asuransi Jasa Insonesia Cabang Medan". E-Usu Repository, 2004, Universitas Sumatera Utara.

Ginsberg, J.M. & Bloom, P.N. (2004). Choosing the Right Green-Marketing Strategy. *MIT Sloan Management Review,* 46(1), pp. 79-88.

Hendrawan,Yuli, (2010). Strategi Penyadaran Publik Terhadap Penggunaan Green Product Dengan Menggunakan Pendekatan *Soft System Methodology* (SSM), Institut Teknologi Surabaya.

Herri, Jon Kenedi, Nidya Putri,(2006). "Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Hijau : Tinjauan Faktor Demografi, Psikologis, Sosial dan Budaya". Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol.2, No.1.

Hesamoddin Bagheri,Elahehsadat Razavi, Iraj Janali, and Mohammad Sadegh Aghakhani,(2013). *Surveying the impact of green product on consumers buying decision process: Case study of consumers of energy saving bulbs. African Journal of Business Management.* Vol.7(23), pp, 2266-2270,ISSN:1993-8233 2013 Academic Journal.

I Made Wirartha. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Andi. Yogyakarta

Iman Mulyadi Dwi Suwandi. "Keputusan Pembelian". Seri Manajemen Pemasaran, Hal.3-4.

Intan Puspitasari,(2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Dalam Menumbuhkan *Brand Awareness* (Studi pada Program Periklanan Produk Telkom Flexi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang),Universitas Diponegoro, Semarang.

Ivyano Canny., (2012), *Real Youth Think Green,* (online), (http://ivyannooproject.com/2012), diakses tanggal 5 Juni 2014.

Johansson, G. (2002). Success Factors for the Integration of Eco-Design in Product Development: A Review of State of the Art. *Environmental Management and Health,* 13(1), pp. 98-108.

Joko Susilo, (2012). " Pengetahuan Manajemen Tentang Pemahaman Pelanggan dan Pegawai Mengenai Green Product terhadap Kualitas Produk yang Dimoderasi oleh Akuntansi Lingkungan dan Kinerja Kualitas", Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Vol.1, hal.47-64.

Kilbourne, W.E. (1998). Green Marketing: A Theoretical Perspective. *Journal of Marketing Management,* 14(6), July, pp. 641-656.

M. Iqbal Hasan, 2001. *Pokok-Pokok Materi Statistik I*, Bumi Aksara

M.Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003)

Nana Sudjana dan Ibrahim (2009). *Penelitian dam Penilaian Pendidikan*. Bandung : Sinar Baru Algensindo.

Nur Indriantoro. 2002. *Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi danManajemen. Cetakan 2.* BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.

Ozkocak, Yavuz Tuna, (2011). *A Content Analysis :Environment Themes and Tools in Newspaper Advertisements. Online Journal of Communication and Media Technologies* Vol:1-Issue:3-July-2011.

Purwanto. (2004). Isu Lingkungan Dalam Dinamika Industri Pulp dan Kertas IndonesiaRachman Sutanto. (2002). "Pertanian Organik:Menuju Pertanian Alternatif Dan Berkelanjutan". KANISIUS, Yogyakarta.

Schiffman and Kanuk, (2000) Schiffman and Lazar Kazuk, 2000, "*Customer Behaviour, International Edition"*, Prentice Hall.

Sujoko; Stevanus Hadi Darmadji dan Yuliawati Tan. 2004. *Metode Penelitian Akuntansi: Mengungkap Fenomena dengan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif.* Malang: Bayumedia Publishing.

Sri Hartini,(2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.14,No.1 2012. Hal:82-88.

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta : 87.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Syeda Shazia Bukhari, (2011). "*Green Marketing and It's Impact on Consumer Behaviour*". European Journal of Business and Management.

Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta ; Penerbit ; Agung Media

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi.* Bandung: Agung Media

Setyo Ferry Wibowo. 2011. "*Karakteristik Konsumen Berwawasan Lingkungan dan Hubungannya dengan Keputusan Membeli Produk Ramah Lingkungan".* Econo Sains. No.2.