

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. and Alexander L. Biel. 1993. “*Brand Equity and Advertising’s Role in Building Strong Brands*”. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Anias, Kautsari N dan Yuliati. 2017. “Pengaruh *Green product* Terhadap Pembentukan Brand image Pada Oriflame Studi Pada Konsumen Oriflame Kota Bandung”. *Informatic, Science, Entrepreneur, Applied Art, Research, Humanism*, Vol. 16, Hal: 1-6. Universitas Telkom. Bandung.
- Becker, L., & Van Rompay, T. L. (2011). “Tough package, strong taste: The influence of packaging design on taste impressions and product evaluations”. *Food Quality & Preference*, 22 (1), 17–23.
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., and Peretiatkos, R. 2006. "*Green products and Corporate Strategy: An Empirical Investigation*". *Society and Business Review*. Vol. 1 Iss: 2.
- Ghozali, I. 2016. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gifani, A dan Syahputra. 2016. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom”. *Jurnal Bisnis Dan Iptek*. Vol. 10, No. 2, Hal: 81-94. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan. Bandung
- Gunarso, Albar dan Kusumawati, A. 2017. “Pengaruh *Green advertising, Eco Brand, Dan Green Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Survei Pada Konsumen Lampu Philips Led Di Rw 12 Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 49, No.1, Hal: 169-179. Universitas Brawijaya. Malang.
- Guspul, A. 2018. “Pengaruh Strategi *Green marketing* Pada Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Herbalife Studi Kasus Pada Club Sehatway Di Wonosobo”. *Jurnal PPKM I* (2018) 107 – 122. Universitas Sains Al-Qur’an. Wonosobo.
- Gustyanita, Pratiwi. “Aqua Group: Berpedomen pada Water Ground Policy”. *Dipublikasikan*. Artikel. <https://swa.co.id/swa/headline/aqua-group-berpedoman-pada-water-ground-policy> (07 April 2018)

- Handayani, Novita Tri. 2012. "Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan *Green product* Sepeda Motor Honda Injection". *Management Analysis Journal* (Volume 1 Nomor 2). Hlm. 1-6.
- Istantia, S., Kumadji, S dan Hidayat, K. 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". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 32, No. 1. Universitas Brawijaya. Malang.
- Karna, Jeri. 2003. "Enviromental Marketing Strategy and its Implementation in Forest Industries." *Forest Research Institute, Vantaa Research Centre*. pp 1-27
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. "PrinsipPrinsip Pemasaran". Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. "Manajemen Pemasaran". Jilid I. Ed: 13. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Natekar, Anita R. 2016. Social Networking: An Imminent Tool for Marketing, *Intercontinental Journal of Marketing Management*, Vol. 3 No. 1, pp. 24-28.
- Nela, E. Handoyo dan Sari. 2012. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus". *Journal Of Social And Politic*. Hal: 1-11. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Peter dan Olson. 2010. "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran". Diterjemahkan: Diah Tantri Dwiandani. Buku 1. Edisi 9. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Praharjo, A., Suharyono, & Wilopo. 2013. "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)". *Jurnal Universitas Brawijaya*, Vol. 4 No. 2. Hlm. 1-9.
- Ratnawati, Honorota D P. 2016. "Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan Dan Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Studi Konsumen Amdk Kota

- Semarang”. *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*. Hal: 88-98. Universitas Bakrie.
- Rehman, Shakeel-Ul. 2014. “Usefullness of Green Marketing-Literacy and Purchase Decisions”. *IOSR Journal of Business and Management*. Volume 16, Issue. 9. Ver.II, PP 20-27.
- Ridwan, M., Fauzi, A D.H dan Aniesa. 2018. “Pengaruh *Green product*, *Green advertising* Dan *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian Survei Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Dan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Air Minum Kemasan Merek Ades”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 55, No. 1, Hal: 80-91. Universitas Brawijaya. Malang.
- Rosani, Meida., Kumadji, S dan Sunarti. 2015. “Pengaruh *Green advertising* Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Survei Pada Pengunjung Perpustakaan Umum Dan Arsip Kota Malang Konsumen Air Minum Kemasan Botol Aqua”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 25, No. 1, Hal: 1-7. Universitas Brawijaya. Malang.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. “Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian”. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Santoso, I dan Fitriyani, R. 2016. “Green Packaging, *Green product*, *Green advertising*, Persepsi, Dan Minat Beli Konsumen”. *Jurnal Ilmu Kel & Kons*, Vol. 9, No. 2, Hal: 147-158. Universitas Brawijaya Malang
- Sevilla, Consuelo G. 2007. “Research Methods”. Rex Printing Company. Quezon City.
- Silvia, Fauzi dan Kusumawati. 2014. “Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 14, No. 1, Hal: 1-9. Universitas Brawijaya. Malang.
- Situmorang, James R. (2011). “Pemasaran Hijau yang Semakin Menjadi Kebutuhan dalam Dunia Bisnis”. *Jurnal Administrasi Bisnis* (Volume 7 Nomor 2. Hlm. 135.
- Sugiyono. 2013. “Statistika Untuk Penelitian”. Cetakan Ke-22. CV. Alfabeta. Bandung.

- Sugiyono. 2015. "Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Bandung: CV. Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. "Ekonometrika Terapan – Teori dan Aplikasi dengan SPSS". Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Suryani, Tatik. 2013. "Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran". Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Syafrina, Ika. 2016. "Pengaruh *Green product* Tissue Tessa Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Wilayah Kabupaten Bandung Dan Kota Bandung". *e-Proceeding of Applied Science*, Vol. 2, No. 2, Hal: 430-435. Universitas Telkom. Bandung.
- Sulistianingsih, Elok D. 2016. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 12, Hal: 1-20. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Lingkungan> (03 April 2018)
- https://id.wikipedia.org/wiki/Pemanasan_global#cite_note-grida7-1 (03 April 2018)
- <http://nationalgeographic.co.id/berita/2017/02/penyebab-penyebab-pemanasan-global> (04 April 2018)
- <https://sains.kompas.com/read/2017/12/05/170700623/laut-dunia-darurat-sampah-plastik-indonesia-turut-menyumbang-> (06 April 2018)
- <https://swa.co.id/swa/headline/aqua-group-berpedoman-pada-water-ground-policy> (07 April 2018)
- http://www.aqua.com/aqua_lestari/detail/praktik-perusahaan-ramah-lingkungan (09 April 2018)
- <https://ohbaru.blogspot.co.id/2013/04/memanfaatkan-peluang-bisnis-usaha-air.html> (09 April 2018)
- <https://www.liputan6.com/citizen6/read/2193453/bahaya-memakai-botol-plastik-bekas-air-kemasan> (09 April 2018)