

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Dafid A. (1991) *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum Jakarta, Indonesia.
- Agustin, R.S., Kumadji S., dan Yulianto E., (2015). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Ahmad, Guspul. (2018) Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Herbal. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*.,
- Anas akbar pratama, (2015)., Pengaruh Atribut Produk Dan Labelisasi Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Mie instan Indomie (Studi Pada Mahasiswa Stara Universitas Brawijaya Malang)., *Jurnal ilmiah mahasiswa feb.*, Vol 3,2. Pratama.
- Andriani, S. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan sebagai Variabel Moderasi . *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* .
- A. Grant K and Ryersor (2007). "Tacit Knowledge Revisited – We Can Still Learn from Polanyi". *Electronic Journal of Knowledge Management*.5 No..2.173 -180.
- Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, dan Efendi, 2015. *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Alba dan Hutchinson. 1987. *Journal of costumer research*.Dimensions of costumer, 411-454.
- Allen and Gillespie. (2011). High socioeconomic class preschool children from Jakarta, Indonesia are taller and heavier than NCHS reference population. *Eur J Clin Nutr* 1995; 49: 740-4.

Basu Swasta dan Sukotjo, (2000).Manajemen Pemasaran Modern.Yogyakarta : Liberty.

Baker, David. (1989). Language Testing: A Critical Survey & Practical Guide. New York: Edward Arnold.

Brilliana, Vita.(2010). Analisis Pengaruh *Service Quality, Customer To Customer Interaction* Dan *Service Atmosphere* Terhadap Satisfaction Firm. Jurnal Bisnis dan Akuntansi.Vol. 12. 2, h. 107-118.

Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. (2001). Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.

Coddington, Walter. (1993). Environmental Marketing: Positive Strategies for Reaching the Freen Consumer. New York: McGraw-Hill Inc.

Effendy, R. (2010). Pendidikan Lingkungan, Sosial, Budaya, dan Teknologi. Bandung: CV Maulana Media Grafika.

Gitosudarmo, Indriyo,(2014). Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: BPFE,

Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam.(2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hikmah Lailatul, Barokah Ika, dan Sudaryanto (2016). Analisis Pengaruh *Country Of Origin, Familiarity* dan *Worldmindedness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pizza Hut Di Kabupaten Jember.,

Hindriani, (2017). Pengaruh *Brand Familiarity* Dan Sikap Skeptis Pada Informasi Harga Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Shampo Lifebuoy Di Kota Yogyakarta.,

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Definda Irfani, (2020). Analisis Dampak Kesadaran Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Waroeng Steak And Shake Dengan Religiositas Sebagai Variabel *Intervening*.

Damayanti dan Kusumadewi, (2016). Pengaruh *Corporate Social Marketing* Dan Green Marketing Terhadap *Green Consumerism Behaviour* Pada Aroma SPA Sanur Denpasar. Vol.5, No.11,

Riyono dan Budiharja, (2001). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. Vol 8, No 2, Edisi June (2016).

Nuranggi Novianto, (2017). Pengaruh *Green Marketing* Dan *Corporatesocial Responsibility* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lifebuoy Di Kota Purworjeo. Jurnal Repository- Universitas Muhammdiyah.,

Peter dan Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.

Risyamuka, I Ketut., dan kastawan Mandala.(2007). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau di Restoran Sari Organik Ubud. Jurnal FEB Universitas Udayana.

Swastah dan Sukotjo, Pengantar Bisnis Modern ,Edisi Ketiga, Yogjakarta, Liberty,2002 .

- Setyaningrum, A., dan Madiawati, P. N. (2015). Green Marketing Terhadap Brand Image Produk Lampu LED Philips di Kota Bandung. *Agregat: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*,
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tatik Suryani,(2008:118). Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tengku Putri Lindung Bulan, (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Vol.5, No.1, Mei 2016.
- Vivi Rahmawati, (2014). Pengaruh Atribut Produk Dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang., Jurnal UDiNus Repository.