

DAFTAR PUSTAKA

- Amyx, D.A., DeJong, RE, Lin, X.L., Chakraborty, G., & Wiener, J.L. (1994). Influences of purchase intentions for ecologically safe products: An exploratory study. In C.W. Park & D.L. Smith (Eds.), *AMA Winter Educators' Conference Proceedings* (pp. 341-347). Chicago: American Marketing Association.
- Assael, H. (1998), *Consumer Behaviour and Marketing Action*, South-Western College Publishing, Cincinnati, OH.
- Banerjee, B. & McKeage, K. (1994). How green is my value: Exploring the relationship between environmentalism and materialism. In C.T. Allen & D.R. John (Eds.), *Advances in consumer research*, 21 (pp. 147-152). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Basrodin. (2006). *Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Pro XL Di Kota Semarang*. Skripsi. Jurusan ekonomi. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
- Dharmmesta, Basu Swastha. (2000). *Asas-asas marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Durianto dan Liana, (2004). Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11 (1): 35-55.
- Engel, J.E. Blacwell,R.D, dan Miniari, P.W.(1995), *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Harsiwi (2004). Minat Mahasiswa Dalam Pembelian Produk Berwawasan Lingkungan (*Green Product*). *Artikel. Proceeding Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi Institut Sains dan Teknologi AKPRIND Yogyakarta 2004*.
- Jogiyanto. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Junaedi, M.F. Shellyana. (2003). Analisis Faktor Demografi, Akses Media Dan Sumber Informasi Terhadap Kepedulian Dan Kesadaran Lingkungan Konsumen: Kajian Pemasaran Yang Berwawasan Sosial. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. *Jurnal Kinerja*, Volume 7, No. 2, Th. 2003: Hal. 96-111.
- , (2008). Pengaruh Gender Sebagai Pemoderasi Pengembangan Model Perilaku Konsumen Hijau Di Indonesia. *Jurnal Kinerja*, Volume 12, No.1, Th. 2008: Hal. 17-37
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management, 10th edition*. Upper Saddle River: Prantice Hall, Inc.



- Laroche, M., Bergeron J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing*, 18 (6), 503-520.
- ; Tomiuk, M.A; Bergeron, J & Barbaro-Forleo, G. (2002). Cultural differences in environmental knowledge, attitudes, and behaviours of Canadian consumers. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Global pg 267.
- , Gordon H. G. McDougall, Jasmin Bergeron, and Zhiyong Yang. (2004). Exploring How Intangibility Affects Perceived Risk. *Journal of Service Research* 2004 6: 373-389.
- Lestari, Arkhemi Suci. (2008). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Intention to Buy Environmentally Safe Product)*. Tesis. Yogyakarta: Ekstensi Manajemen. PFEUGM.
- Lidyawati. (1998). *Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif*. Skripsi (tidak diterbitkan). Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Maddy, Khairul. 2010. *Konsep dan Peranan Harga*. diposting dalam <http://ammarawirusaha.blogspot.com/2010/02/konsep-dan-peranan-harga.html> 19 Februari 2010.
- Poerwadarminto, W.J.S. (1991). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Santoso, Singgih, (2001), *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik, Edisi Pertama*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. (2005). *Riset Pemasaran dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiaji, Bambang. (2004). *Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Sugiyono, (2007). *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.
- Vining, J. & Ebreo, A. (1990). What makes a recycler? A comparison of recyclers and nonrecyclers. *Environmental Behaviour*, Volume 22, 55-73.