

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R.A., Kumadji, S., Yulianto, E. (2015). Pengaruh *Green Marketing* terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 22 (2): 1-10.
- Almossawi, M. (2015). The Impact of Word Of Mouth (WOM) on the Bank Selection Decision of the Youth: A Case of Bahrain. *International Journal of Business and Management*. 10 (4): 123-135.
- Anandhita, V.H. (2014). Studi pemilihan layanan jasa pengiriman oleh pelaku bisnis online sebagai sarana distribusi produk menggunakan strategi *Marketingmix* di DKI Jakarta. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*. 3(1): 1-18.
- Anjarsari, G.N dan Waluyo, H.D. (2017). Pengaruh kualitas layanan, citra merek dan harga tiket terhadap keputusan penggunaan jasa PO Ramayanan Magelang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(3): 1-10.
- Arikunto, S, (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Arseculeratne, Dinuk dan Yazdanifard, R. (2014). How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business, *International Business Research*. 7: 130-137.
- Arsyianto, M.T. dan Hanafi, N. (2018). Pegaruh Kepribadian Konsumen dan Kualitas Seni Pertunjukan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertunjukan Seni Teater di Gedung Kesenian Cak Durasim Surabaya. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*. 4 (1): 121-130.
- Asrianto. (2013). *Green Marketing dan Corporate Social Responsibility* Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen melalui minat membeli produk organik di FreshMart Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4): 2117-2129
- Basri, N.A.H., Ahmad, R., Anuar, F.I., Ismail, K.A. (2016). Effect of Word Of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay upscale restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 222: 324-331.
- Caesar, A.J dan Suhartini. (2015). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (PT. Gaido Cito Ekakurindo cabang Surabaya). *Spektrum Industri*. 13 (1):1-14.
- Christina Widhya Utami. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

- Delafrooz, N., Taleghani, M., Nouri, B. (2014). Effect of green marketing on customer purchase behavior. *QSCIENCE CONNECT*. 5: 1-9.
- Devindiani E. (2016). Pengaruh *Experimental Marketing* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya pada *customer loyalty* (survei pada pengguna *smartphone* di komunitas *online* apple dan samsung regional bandung). *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*. 1(1): 147-157.
- East, R., Uncles M.D., Lomax, W. (2014). Hear nothing, do nothing: The role of word of mouth in the decision making of older consumers. *Journal of Marketing Management*. 30 (7): 786-801.
- Erkan, I dan Evan C. (2015). The impact of electronic Word Of Mouth in social media on customer purchase intention. *Journal Brunel University*. 2: 1-10.
- Fadhila, R. (2012). Analisis pengaruh Word Of Mouth, kualitas layanan, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada toko Leo Fashion Karangjati kabupaten Semarang). [Skripsi]. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Fitria, S.E dan Dwijananda, I.M. (2016). Analisis pengaruh elektronik *Word of Mouth* terhadap proses keputusan pembelian (Studi pada GO-JEK). *e-Proceeding of Management*. 3 (1): 1-20.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hamidi, N., Niareki, N.R., Madrekian H. (2013). Study of the effective factors influencing the decision-making process of Iranian air travelers in their choice of airline for domestic flights. *Technical Journal of Engineering and Applied Sciences*. 3: 37892-2798.
- Hapsari, R., Clemesa, M., Dean, D. (2016). The Mediating Role of Perceived Value on the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: Evidence from Indonesian Airline Passengers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 35: 388-395.
- Hartanto. (2016). Validitas dan Reliabilitas *Warwick-Edinburg Mental Well Being Scale*. *Jurnal Ilmiah Counsellia*. 6 (2):1-16.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo

- Hasan, Z dan Ali, N.A. (2014). The impact of Green Marketing strategy on the firm's performance in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 172:463 – 470.
- Hawkins, Del I. dan David L. Mothershaugh. (2010). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy. 11th ed.* New York: McGraw- Hill.
- Hayati, N. (2015). Pemilihan Metode yang Tepat dalam Penelitian (Metode Kuantitatif dan Metode Kualitatif). *Jurnal Tarbiyah al-Awlad*. 6: 345-357.
- Henseler J., Ringle C.M., Sarstedt M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modelling. *Methodological Paper*. 43: 115-135.
- Irawan, Handi. (2012). *Karakter dan Perilaku Khas Konsumen Indonesia*, 1 Maret 2012 diakses dari <http://www.marketing.co.id/karakter-dan-perilaku-khaskonsumen-indonesia> pada tanggal 17 April 2018.
- Juniantoko AD dan Supriono. (2017). Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survey pada Waroeng Latte dan The Cemilan di kota Madiun). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 53 (2): 11-18.
- Kushwaha, G.S. dan Agrawal, S.T. (2015). An Indian customer surrounding 7P's of service marketing. *Journal of Retailing and Customer Service*. 22: 85-95.
- Kitapci O, Akdogan C, Dortyo IT. (2014). The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction, Repurchase Intentions and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 148: 161 – 169.
- Kong, W., Jarun, A., Sulong, R.S. & Lily J. (2014). The influence of consumers' perception of green products on green purchase intention. *International Journal of Asian Social Science*. 4 (8): 924-939.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kuncoro DB, Wibowo E, Utami. (2016). Analisis pengaruh *Word Of Mouth*, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa bengkel sepeda motor cahya rizki motor. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 16: 143-149.
- Lubis MFIS, Haryono AT, Hasiolan LB. (2016). Analisis pengaruh *Brand Equity*, kualitas pelayanan dan *Word of Mouth* positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi pada Konsumen Salon Rambut Johny Andrean Matahari Semarang). *Journal of Management*. 2 (2): 1-14.

- Lu, C. (2014). Peranan *Green Marketing* terhadap *Consumer Behavior*. *Zenit*. 3(3): 191-200.
- Lozada, H.R. (2000). *Ecological Sustainability and Marketing Strategy : Review and Implication*. Seton Hall University.
- Manes E dan Tchetchik. (2018). The role of electronic Word Of Mouth in reducing information asymmetry: An empirical investigation of online hotel booking. *Journal of Business Research*. 85: 185-196.
- Manik AJ dan Hadi SP. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dalam pengambilan keputusan penggunaan jasa layanan taksi kosti melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening (Studi pada konsumen taksi kosti Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1 (2): 1-16.
- Mardhatillah, M., Mulyadi, H., Hidayat, M. (2013). Pengaruh *Expanded Marketing Mix* terhadap keputusan berkunjung (Survei pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke museum Sonobudoyo Yogyakarta). *Tourism and Hospitality Essentials Journal (THE Journal)*. 3 (2): 649-670.
- Mendez JH, Leivaa FM, Fernandez JS. (2013). The influence of e-word-of-mouth on travel decision-making: consumer profiles. *Current Issues in Tourism*. 1: 1-21.
- Narges, Mohammad, Nouri. (2013). Effect of green marketing on consumer purchase behavior, *a Qatar foundation Academic journal*, 3(5): h: 1-9
- Ottman, J.A., et al. (2011). Green Marketing Myopia: Ways to Improve Consumer Appeal for Environmentally Preferable Products. *Environment*. 48 (5): 22-36.
- Ozdemira, A., Tozclub, E., Ateşoğlu, E.S.H. (2016). Analyses of word-of-mouth communication and Its effect on students' university preferences. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 235: 22 – 35.
- Palwa, A. (2014). Pengaruh Green Marketing terhadap keputusan pembelian yang dimediasi minat beli (Studi pada pelanggan the body shop di plaza ambarukmo Yogyakarta. [Skripsi]. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pankaj, K.A. & Vishal, K.L. (2014). Consumer adoption of green products and their role in resource management. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*. 5(3): 22-28.

- Prabowo, Y.W., Apriatni, E.P., Prabawani, B.(2016). Pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman paket PT.Pos Indonesia (Studi pada kantor pos johar kota Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*: 1-6.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, John J.O.I. (2015). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi
- Punitha, S., Aziz, Y., Rahman, A.A. (2016). Consumers' Perceptions of Green Marketing in the Hotel Industry.*Asia Social Science*. 12 (1): 1911-2025.
- Putri, R.E., Djoko, H., Listyorini, S. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, *Word Of Mouth* dan *brand image* terhadap keputusan penggunaan JNE cabang semarang.*Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*. 1: 1-9.
- Rahmasari L. (2012). Pengaruh kecerdasan intelektual, kecerdasan emosi dan kecerdasan spiritual terhadap kinerja karyawan.*Majalah Ilmiah Informatika*. 3(1): 1-20.
- Ratnasari, Ririn, T dan Aksa, A. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*.Bogor: Ghalia Indonesia
- Rasyid H.A. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Go-Jek.*Jurnal Ecodemica*. 1 (2):210-223.
- Riswati, A., Suharyono, Kumadji, S. (2015). Pengaruh *Green Marketing* dan *Marketing Mix* terhadap *Customer Preference* dan dampaknya terhadap keputusan pembelian.*Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*. 1: 1-10.
- Rofman, A. dan Andhita, A. (2017). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Studi kasus pada pengguna jasa JNE *Express Across Nation* cabang Nganjuk.*CAPITAL*. 1: 1-10.
- Sarvia, E. dan Fredikson. (2012). Analisis Persaingan Café di Bandung dengan Menggunakan Metode *Correspondende Analysis* dan *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus di Café X Bandung), *Jurnal Integra*. 2 (2): 143-157.
- Septifani, R., Achmadi, F., Santoso, I. (2014). Pengaruh *Green Marketing*, pengetahuan dan minat beli terhadap keputusan pembelian.*Jurnal Manajemen Teknologi*. 13 (2): 201-208.

- Setyaningsih, D.E. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan *Word Of Mouth* melalui minat terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan e-banking bank BNI. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 22 (1): 14-25.
- Silalahi, S.B., Putu, W., Handayani, Munajat, Q. (2017). Service Quality Analysis for Online Transportation Services: Case Study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*. 124: 487–495.
- Sitomorang, R.R. (2017). Pengaruh bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada hotel Dyan Graha Pekanbaru). *JOM FISIP*. 4(2): 1-12.
- Sriwardiningsih, E. (2011). *Word Of Mouth* sebagai efek respon positif dari kepuasan konsumen dan dampaknya pada pembelian kembali: studi kasus mahasiswa sebagai konsumen yoghurt activia. *Binus Business Review*. 2 (1): 477-484.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sholeh A (2016). Pengaruh kualitas layanan dan *customer relationship management* terhadap keputusan dan kepuasan konsumen menggunakan jasa PT. Federal International Finance cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 2 (2):1-20.
- Sukri, S., Meterang, S., Waemustafa, W. (2015). Green Marketing and Purchasing Decisions among Teenagers: An Empirical Perspectives. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 9 (37): 238-244.
- Sulistiyowardhana, I. dan Hadi, S.P. (2017). Pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan (Studi penumpang bus PO Nusantara kelas eksekutif Semarang-Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1 (1): 1-10.
- Sumaidi, A., Hasiolan, L.B., Fathoni, A. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan departemen teknisi terhadap kepuasan pelanggan PT. Indovision cabang Semarang. *Journal of Management*. 1 (1): 1-14.
- Sumardi. (2011). *The Power of Word Of Mouth Marketing*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

- Sumarwan, Ujang, A.G., Prihartono, A.W Sumarlin, D.A. Mamahit, E. Purnomo Hadi, J. Hasan, M. Ahmady, R. Wulandari, T. Haryono. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri 2*. Bogor: IPB Press
- Swastha, B. dan Handoko, T. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPF
- Tanduklangi, A. dan Yusuf, A. (2017). The Role of Customer Motivation in Mediating Customer Communication and Customer Decision to Use Kartu As of Telkomsel Broadband Services in Kendari of Indonesia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 8 (2): 87-96.
- Tiwari, Sandeep, Tripathi, D.M., Srivasta, U. dan Yadav, P.K. (2011). Green Marketing –Emerging Dimension. *Journal of Business Excellence*. 4: 9-11.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., Yuliati, L.N. (2015). Pengaruh Presepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian *Green Product*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 6 (1): 45-63.
- Wijayanti, N.I. dan Athar, H.S. (2015). Komunikasi interpersonal dan fasilitas kesehatan serta pengaruhnya terhadap kepercayaan dan Word of Mouth pada Rumah Sakit Umum Daerah kota Semarang. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*. 1 (1): 1-15.
- Zamil, A. (2011). The Impact of Word Of Mouth (WOM) on the Purchasing Decision of the Jordanian Consumer. *Journal of international studies-issue*. 20: 15-24.
- Zhao, H., GaoQ, Wu, Y., Wang, Y., Zhu, X. (2013). What affects green consumer behavior in China? A case study from Qingdao. *Journal of Cleaner Production*. 63: 143-151.
- Zitkiene, R., Markeviciute, G., Mickeviciene, M. (2017). Factors influencing consumer behaviour and decision to use smart technologies. *Perspectives of Business and Entrepreneurship Development in Digital Age*. 1: 135-143.