

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Anil, F. (2018). *Journal of Retailing and Consumer Services The role of store image , perceived quality , trust and perceived value in predicting consumers ' purchase intentions towards organic private label food*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.011>.
- Astuti, Sri Wahjuni dan I Gde Cahyadi. (2007). "Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda". *Majalah Ekonomi*. Tahun XVII. No. 2. Agustus. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Bachmann, R. and Zaheer, A. (2006). *Handbook of Trust Research. USA: Edward Elgar Publishing, Incorporated*.
- Bagus, Lorenz. (2000). *Kamus Filsafat*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Basu Swastha dan Irawan. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2, Yogyakarta: Liberty.
- Bilson Simamora. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bimo Walgito. (1997). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Chen, Y. (2012). *Enhance green purchase intentions*. <https://doi.org/10.1108/00251741211216250>.
- Cheung, R., Lam, A. Y. C., & Lau, M. M. (2015). *Drivers of green product adoption: the role of green perceived value, green trust and perceived quality*. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 25(3), 232–245. <https://doi.org/10.1080/21639159.2015.1041781>.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Durianto, D, Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Bayumedia Publishing.
- Firdayanti, Restika. (2012). "Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion". *Journal of Social and Industrial Psychology*. FP-UNNES.

- Ghozali, Imam. (2001). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gunawan, Iman. (2013). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Pratik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hansen dan Mowen. (2007). Akuntansi Manajemen, Edisi 7 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, Iqbal. (2002). Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hati, S. W., & Kartika, A. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Merek The Body Shop (Studi pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Batam yang Menggunakan Produk Kosmetik Merek The Body Shop).
- Hurriyati, Ratih, (2005). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Alfabeta, Bandung.
- Indriantoro, Nur, Bambang Supomo, (2009). Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Iriani. (2014). Pengaruh Persepsi Nilai dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik.
- Kotler, Armstrong. (2001). Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Lam, A. Y. C., Lau, M. M., & Cheung, R. (2016). *Modelling the Relationship among Green Perceived Value, Green Trust, Satisfaction, and Repurchase Intention of Green Products. Contemporary Management Research*, 12(1), 47–60. <https://doi.org/10.7903/cmr.13842>.
- Lindawati. (2005). Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam Ekstensi Merek pada Produk Merek “Lifebouy” di Surabaya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 4 (1).
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh, (2007). *Marketing Research : an applied orientation, pearson education, inc., fifth edition. New Jearsey : USA*.
- Marketeers. Merek Skincare Terfavorit Perempuan Indonesia. <http://marketeers.com/ini-enam-merek-skincare-favorit-perempuan-indonesia/>
- Mcknight, D. H., V. Choudury., & C. J. Kacmar. (2002). *Developing And Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. Informatin System Research*.
- Muafi dan Irhas Effendi. (2001). "Mengelola Ekuitas Merek: Upaya Memenangkan Persaingan di Era Global". *Jurnal. EKOBIS*, Vol. 2, No. 3, September 2001.
- Paramita, N. D., & Kerti Yasa, N. N. (2015). Sikap Dalam Memediasi Hubungan Kesadaran Lingkungan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 177–185. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.177>
- Pralina, R., & Edwar, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Surabaya Town Square. 01(01).
- Romanti, D. (2018). Analisis Perspektif Citra, Kepuasan Dan Kepercayaan Merek Hijau (Green Marketing) Terhadap Loyalitas Member Body Shop Di Bandar Lampung.
- Saleem, B. A., Ghafar, A., Ibrahim, M., Yousuf, M., & Ahmed, N. (2015). *Product Perceived Quality and Purchase Intention with Consumer Satisfaction. Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 15(1), 21–28.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Schiffman and Lazar Kanuk, (2000). *Costumer behavior. Internasional Edition*, Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G., Leslie. L. Kanuk, (2004). *Consumer behavior International Edition, Eight Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. 2010. *Research Method for Business A Skill Building Approach (5th Edition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Top Brand Award. Top Brand Index (TBI) The Body Shop 2019. <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top.brand.index.2019/fase-1>
- Widiyanto, Ibnu. (2008). *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.