

DAFTAR PUSTAKA

- Aoi. (2020). *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2019*.
<https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(02), 114–126.
<https://doi.org/10.20476/Jbb.V17i2.632>
- Asri. (1986). *Manajemen Perusahaan. Pendekatan Operasional*. Bpfe.
- Astuti, E. P., Masyhuri, M., & Mulyo, J. H. (2019). Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(1), 183–194. <https://doi.org/10.21776/Uj.Jepa.2019.003.01.18>
- Badan Pusat Statistik Provinsi D.I Yogyakarta. (2023). *Badan Pusat Statistik Yogyakarta Dalam Angka*. Lvi + 704 Halaman.
- Badan Standarisasi Nasional Indonesia. (2016). Sni Sistem Pertanian Organik. *Badan Standarsasi Nasional*, 54. <https://nasih.staff.ugm.ac.id/Wp-Content/Uploads/Sni-6729-2016-Sistem-Pertanian-Organik.Pdf>
- Barnes, J. G. (2003). *Secret Of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)* (Andi (Ed.)).
- Brečić, R., Mesić, Ž., & Cerjak, M. (2017). Importance Of Intrinsic And Extrinsic Quality Food Characteristics By Different Consumer Segments. *British Food Journal*, 119(4), 845–862. <https://doi.org/10.1108/Bfj-06-2016-0284>
- Chrysanthini, B., Sumarwan, U., & Rifin, A. (2017). *Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen Ud Fabela-Myfarm) Di Bogor Jawa Barat Consumer Preferences On Organic Vegetables (Ud Fabela-Myfarm Consumer Case Study)* (Vol. 12, Issue 2).
<http://journal.lpb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Cypert, K., Prasetyo, E. ., & Setiadi, A. . (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brokoli Organik Di Pasar Modern Gelael Semarang. *Jsep (Journal Of Social And Agricultural Economics)*, 12(2), 67. <https://doi.org/10.19184/Jsep.V12i2.10032>
- Delviola, S., Anindita, R., & Mutisari, R. (2018). Niat Individu Mengkonsumsi Sayur Organik Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Habitat*, 29(1), 25–32. <https://doi.org/10.21776/Uj.Habitat.2018.029.1.3>
- Devi, S., & Hartono Georgius. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik. *Agric*, 27(12), 60–67.
- Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). The Influence Of Product Quality, Brand Image, Brand Trust On Customer Satisfaction And Loyalty. *American International Journal Of Business Management (Aijbm)*, 4(01), 25–34.
- Djunaidi, F. G., Chairul Basrun Umanailo, M., Tawulo, M. A., Tang, B., Wula, Z., Mukmin, N. A., & Unga, W. O. H. (2021). The Effect Of Customer Satisfaction On Customers Loyalty At The Green Mart Supermarket In Namrole City. *Proceedings Of The International Conference On Industrial Engineering And Operations Management*, 6143–6153.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior. Edisi Ke-*

8. Orlando, Florida: The Dryden Press.
- Eyinate, G. A., Mushunje, A., & Yusuf, S. F. G. (2021). The Willingness To Consume Organic Food: A Review. *Food And Agricultural Immunology*, 32(1), 78–104. <https://doi.org/10.1080/09540105.2021.1874885>
- Fauzi, M. I., & Yuliawati. (2020). Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik Po Sayur Organik Merbabu (Studi Kasus Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (Jepa)*, 4(4), 752–762.
- Fiskarina, E., Sendow, M. M., & Baroleh, J. (2023). Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Organik Di Jumbo Pasar Swalayan Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 19(2), 853–864. <https://doi.org/10.35791/Agrosoek.V19i2.48325>
- Gaspersz, V. (2003). *Total Quality Management*. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (4th Ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadianti, I., Noor, T. I., & Yusuf, M. N. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik (Suatu Kasus Pada Konsumen Sayuran Hidroponik Saat Car Free Day (Cfd) Kabupaten Ciamis) Consumer Perception Of The Attributes Of Hydroponic Vegetables (A Case In Hydroponic Vegetable Consumers When Car. *Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3), 470–480.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-Sem. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/Ebr-11-2018-0203>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-Sem)*.
- Handoko, B. I. S., & Setiawan, I. (2021). Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Milenial Dalam Mengkonsumsi Sayuran Organik (Suatu Kasus Pada Warung Sehat 1000 Kebun, Kota Bandung). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 911. <https://doi.org/10.25157/Ma.V7i1.4873>
- Hardiyanti, F., Saty, F. M., & Unteawati, B. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik Di Lampung. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 209–217. <https://doi.org/10.21776/Ub.Jepa.2022.006.01.20>
- Hardyanti, P. I. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Sayuran Organik Di Kabupaten Garut. *Jurnal Agristan*, 4(2), 170–180. <https://doi.org/10.37058/Agristan.V4i2.5576> Issn
- Hatumena, J. Y., Turukay, M., Parera, W. B., & Lawalata, M. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Pada Pasar Moderen Studi Kasus Di "Foodmart Ambon" Kota Ambon. *Jurnal Agrica*, 15(2), 182–195. <https://doi.org/10.31289/Agrica.V15i2.5635>
- Hidayat, A., Adanti, A. P., Darmawan, A., & Setyaning, A. N. A. (2019). Factors Influencing Indonesian Customer Satisfaction And Customer Loyalty In Local Fast-Food Restaurant. *International Journal Of Marketing Studies*, 11(3), 131. <https://doi.org/10.5539/Ijms.V11n3p131>
- Hidayati, N. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Sayuran Organik Terhadap Kepuasan*

- Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (The Effect Of Organic Vegetable Product Quality To Customer Satisfaction In Creating Customer Loyalty)* [Institut Pertanian Bogor]. <https://doi.org/10.29244/jstsv.4.2.68-83>
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1998). Fit Indices In Covariance Structure Modeling: Sensitivity To Underparameterized Model Misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424–453. <https://doi.org/10.1037/1082-989x.3.4.424>
- Hubeis, M. (2013). *Prospek Pangan Organik Bernilai Tambah Tinggi Berbasis Petani*. Penerbit Ipb Press.
- Isdiyanti. (2007). *Analisis Usaha Tani Sayuran Organik Di Perusahaan Matahari Farm*. (Skripsi). Fakultas Pertanian Ipb, Bogor.
- Kardian, A. (2016). *Sistem Pertanian Organik* (Intimedia (Ed.)). <http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/72142/sertifikasi-pertanian-organik/>
- Kasim, A. W. M., Igau, O. A., Harun, A., & Tahajudin, S. (2014). Mediating Effect Of Customersatisfaction On Perceived Product Quality, Perceived Value, And Their Relation To Brand Loyalty. *International Journal Of Research In Management & Business Studies*, 1(2), 13–18.
- Konuk, F. A. (2019). The Influence Of Perceived Food Quality, Price Fairness, Perceived Value And Satisfaction On Customers' Revisit And Word-Of-Mouth Intentions Towards Organic Food Restaurants. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 50(March), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005>
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*. Jakarta : Pt. Prehallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran / Alih Bahasa*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12* (Erlangga (Ed.)).
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Pada Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/jmsab>
- Lamonaca, E., Cafarelli, B., Calculli, C., & Tricase, C. (2022). Consumer Perception Of Attributes Of Organic Food In Italy: A Cub Model Study. *Heliyon*, 8(3), E09007. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.E09007>
- Lupiyoadi, R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marwanto, B., Welsa, H., Soni Kurniawan, I., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman)*. 5.
- Massaglia, S., Borra, D., Peano, C., Sottile, F., & Merlino, V. M. (2019). Consumer Preference Heterogeneity Evaluation In Fruit And Vegetable Purchasing Decisions Using The Best–Worst Approachmassaglia, S., Borra, D., Peano, C., Sottile, F., & Merlino, V. M. (2019). Consumer Preference Heterogeneity Evaluation In Fruit And Vege. *Mdpi*, 8(7).

- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga.
- Mufti, Nurwati, N., & Zargustin, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Sayuran Organik Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di “Pasar Buah Pekanbaru” Kota Pekanbaru. *Agribisns*, 22, 255–266.
- Muljaningsih, S. (2011). *Preferensi Konsumen Dan Produsen Produk Organik Di Indonesia*. 14(4), 1–6.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management, Edisi Kedua*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Otoritas Kompeten Produk Pangan Organik. (2008). *Pedoman Sertifikasi Produk Pangan Organik*.
- Pracaya, & Kartika, J. Gema. (2016). *Bertanam 8 Sayuran Organik* (Penebar Swadaya (Ed.)).
- Prawirosentono, S. (2002). *Filososfi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu*. Pt. Bumi Aksara.
- Priastuti, D., Suroso, A. I., & Najib, M. (2016). Analisis Strategi Peningkatan Daya Saing Sayuran Organik. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 258. <https://doi.org/10.29244/jmo.5.3.258-270>
- Pua, C. O., Tatu, J., Moniaga, V. R. B., & Rengkung, L. R. (2014). Persepsi Konsumen Sayuran Di Kota Manado Terhadap Produk Sayuran Bebas Pestisida (Vegetable Consumer Perception In Manado City Towards Pesticide-Free Vegetable Products). *Cocos*, 4(1), 1–14.
- Purwati. (2017). *Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Super Indo Yogyakarta*. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Umy.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satidfaction*. Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Karyani, T., Kusno, K., & Rizkiansyah, R. (2020). Analisis Faktor Dan Tingkat Kepuasan Ditinjau Dari Kualitas Produk Dan Pelayanan Pada Konsumen Sayuran Organik Di Lotte Mart Kota Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 351. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i1.3219>
- Rasmikayati, E., Shafira, N. A., Fauziah, Y. D., Ishmah, H. A. N., Saefudin, B. R., & Utami, K. (2020). Keterkaitan Antara Karakteristik Konsumen Dengan Tingkat Kepuasan Mereka Dalam Melakukan Pembelian Sayuran Organik. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(1). <https://doi.org/10.24198/agricore.v5i1.28853>
- Rejeki, S., Andriatmoko, N. D., & Toiba, H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Sayuran Organik Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (Jepa)*, 6, 429–441.
- Rizaty, M. A. (2021). *Pengeluaran Konsumsi Sayur Di Indonesia Turun Per September 2021*. <https://dataindonesia.id/Bursa-Kuangan/Detail/Pengeluaran-Konsumsi-Sayur-Di-Indonesia-Turun-Per-September-2021>
- Sakolwitayanon, H., Soni, P., & Damien, J. (2018). Attributes Determining Consumer Preference For Organic Rice In Bangkok, Thailand. *British Food Journal*, 120(9), 2017–2032. <https://doi.org/10.1108/Bfj-12-2017-0667>
- Sangadji, E. ., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset.

- Sari, D. N., Afriani, I., Zulkarnain, Mardiyah, A., & Maryati. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Sayuran Organik Di Pasar Swalayan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, 17(1). <https://doi.org/10.29313/Performa.V17i1.5825>
- Schiffman, L. ., & Kanuk, L. . (2000). *Consumer Behavior*. Edisi Ke7. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6). Salemba Empat. Jakarta Selatan.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen : Edisi Revisi*. Pt Kharisma Putra Utama.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Pt Gramedia Jakarta.
- Siregar, H. M. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Organik. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Steenkamp, J. B. E. M., & Baumgartner, H. (1998). Assessing Measurement Invariance In Cross-National Consumer Research. *Journal Of Consumer Research*, 25(1), 78–90. <https://doi.org/10.1086/209528>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta,Bandung.
- Sulistyaningsih, C. R., & Wisnujati, N. S. (2020). The Effect Of Product Quality, Prices, And Consumer Knowledge Levels On Product And Socio-Economic Status On Organic Rice Customer Satisfaction In Klaten, Central Java. *Advances In Social Science, Education And Humanities Research*, 477, 147–150.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sutarni, Trisnanto, T. B., & Unteawati, B. (2017). Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik Di Kota Bandar Lampung Consumer Preferences For Product Attributes Of Organic Vegetables In Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 17(3), 203–211.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran (Ketiga)*. Pt. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, & Handoko. (2006). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan*. Pt. Aksara Solopos.
- Syukur, M., & Melati, M. (2016). *Pengembangan Sayuran Organik*.
- Tangkulung, C. M., Pangemanan, I. L. R. J., & Ngangi, D. I. C. R. (2015). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik Di Hypermart Manado*.
- Timisela, N. R., Sari, M., Lawalata, M., & Titaley, S. (2020). Effect Of Product Attributes On Consumer Satisfaction Of Organic Vegetables At Dian Pertiwi Supermarket, Ambon City. In *International Journal Of Innovation, Creativity And Change*. www.ijicc.net (Vol. 12, Issue 9). www.ijicc.net
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Ed. 3*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality, And Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Vista, A. B., Roessali, W., & Mukson. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Semarang Analysis. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (Jepa)*, 5, 108–115. <https://doi.org/10.21776/Uj.Jepa.2021.005.01.10>
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas Dan Harga Sebagai Variabel Terpenting Pada

- Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17–28. <https://doi.org/10.25139/Ekt.V2i1.675>
- Yin, Z., Li, B., Li, S., Ding, J., & Zhang, L. (2022). Key Influencing Factors Of Green Vegetable Consumption In Beijing, China. *Journal Of Retailing And Consumer Services*.
- Yuanita, M. (2023). *Strategi Peningkatan Kualitas Sayuran Organik Produksi Petani Milenial Di Kota Batu*. Tesis. Program Studi Magister Agribisnis. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Zainuddin, A. R. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Serta Label Sertifikasi Organik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Sayur Organik Di Yogyakarta*. Universitas Gadjah Mada.
- Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What Drives Customer Satisfaction, Loyalty, And Happiness In Fast Food Restaurants In China? Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, And The Moderating Role Of Gender. *Mdpi*, 9(4), 1–16.
- Zuhdi, Z., Suharjo, B., & Sumarno, H. (2016). Perbandingan Pendugaan Parameter Koefisien Struktural Model Melalui Sem Dan Pls-Sem. *Journal Of Mathematics And Its Applications*, 15(2), 11–22. <https://doi.org/10.29244/Jmap.15.2.11-22>