

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Siti Intan Nurdiana Wong; Teng, Fhuah Kit B; & Heng, Bernard Lim Jit C. (2023). *Effect Of Marketing mix Strategies On The Buying Behaviour Of Organic Products: Comparison Between Consumers In Malaysia And China*. IOP Conference Series: Earth And Environmental Science. 1165(1).
- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Adam CR, Early MP, Brook JE, Bamford KM. 2015. *Principle of Horticulture*. Routledge, London. Pp 277
- Afifah, A. N., Rahayu, E. S., & Setyowati. (2018). *Analisis Pengaruh Marketing mix Terhadap Keputusan Pembelian Buah Apel Di Pasar Swalayan Kota Surakarta*. *Jurnal Fakultas Pertanian UNS*. 2(1):82-91.
- Airine, Therezia. 2010. *Analisis Prilaku Konsumen Sayuran Organik (Studi Kasus: Giant Botani Square, Kota Bogor, Jawa Barat)*. [Skripsi]. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. 116 Hal.
- Amalia, N. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)*. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis (JSMB)*, 6, 96-104.
- Amriawan, F. N., Kusnandar., & Setyowati. (2021). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Surakarta*. *Agrista*. 9(2):91-99.
- Ancok, D. (1997). *Teknik penyusunan skala pengukuran*. Yogyakarta: Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Andhila, Y. (2011) *'Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Sayuran Segar Di Pasar modern Bumi Serpong Damai (BSD)*. Skripsi, pp. 1-119.
- Anonim. (2016). *Teknik Hidroponik Sistem Pasang Surut (Ebb & Flow System)*. hidroponikalami.blogspot.com. Diakses pada tanggal 23 Juni 2024.
- Arisanti, S., Sugiyarto., & Darwanto, D. H. (2023). *Pengaruh Marketing mix Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Supermarket Kota Semarang*. Skripsi. Universitas Gadjah Mada.
- Aydinli, A., Bertini, M., & Lambrecht, A. (2014). *Price Promotion for Emotional Impact*. *American Marketing Association*, 78(July), 80–96.
- Azwar, Saifudin. 1986. *Validitas Dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Ambon. (2024). *Kota Ambon Dalam Angka 2024*. Kota Ambon: Badan Pusat Statistik.
- Bappeda & Litbang Kota Ambon. 2022. *Laporan Kerjasama Daerah Kota Ambon Tahun 2022*

- Basha, M.B.; Mason, C.; Shamsudin, M.F.; Hussain, H.I.; Salem, M.A. Consumers attitude towards organic food. *Procedia Econ. Financ.* 2015, 31, 444–452.
- Bazhan, M., Sabet, F. S., & Borumandnia, N. (2024). Factors Affecting Purchase Intention Of Organic Food Products: Evidence From A Developing Nation Context. *WILEY: Food Science & Nutrition.* 12:3469-3482.
- Bilson, Simamora. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen.* Surabaya: Pustaka Utama.
- Botani Square, Kota Bogor, Jawa Barat). [Skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Chelviani, M. K., Meitriana, A. M., dan Haris, A. I. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9 (2) : 257-266.
- Cooper, Donald R, Dan Pamela S. Schindler, 2006. *Metode Riset Bisnis.* Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler (2008), *Business Research Methods*, Tenth Edition, Boston: McGraw Hill
- Dasipah, Euis, Haris Budiyono, dan Meilan Julaeni. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Sayuran di Pasar modern Kota Bekasi. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah.* Vol. 2. Juli 2020. No. 2. Hal 27-35.
- Databoks.katadata.co.id (2024). Proporsi Tingkat Pendidikan Penduduk Kota Ambon (Desember 2023. Diakses pada 14 September 2024.
- Departemen Kesehatan RI. (2009). *Sistem Kesehatan Nasional.* Jakarta: Depkes.
- Dettmann, R.L.; Dimitri, C. Who's buying organic vegetables? Demographic characteristics of US consumers. *J. Food Prod. Mark.* 2009, 16, 79–91.
- Devina, Y. H., Pujiyanto, T., & Kastaman, R. (2021). Analisis Pengaruh *Marketing mix* Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Yoghurt Di DKI Jakarta. *Jurnal Agrikultura.* 32 (2): 168 – 181.
- Dinas Komunikasi, Informatika, Dan Persandian Kota Ambon (2021). *Data Statistik Sektoral Kota Ambon Tahun 2021.*
- Dinas Pertanian Kota Ambon. "Sebaran Jenis Pasar modern di Kota Ambon yang Menjual Sayuran Hidroponik". *Hasil Wawancara Pribadi:* 6 April 2024, Ambon.
- Dwityanti, Esthi. 2008. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta". Tesis tidak dipublikasikan, Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Engel, F. James; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. 2004. *Perilaku Konsumen (Terjemahan).* Jakarta: Binarupa Aksara.

- Exactitude Consultancy. 2023. Tinjauan Pasar Hidroponik. <https://Exactitudeconsultancy.Com/Id/Laporan/21213/Marche-Hidroponik-2/> Diakses Pada 12 Desember 2023.
- Familiah, M., Zulfikar., Susanti, A., & Khasan, U. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah Lokal Pasca Pandemi Covid 19 di Kabupaten Jombang. *Jurnal AGRIDEVINA: Berkala Ilmiah Agribisnis*. 12 (1):16-23.
- Febriana., Handayani, M., & Nurfadillah, S. (2023). Analisis Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Permintaan Sayuran Hidroponik Pada Forever Green Hydroponic Farm Jakarta Timur. *Jurnal Penelitian Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 9(2):3036-3052.
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1): 1–8.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Febriansyah, E. (2020). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 1(1), 20-24.
- Firmansyah, M.A. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Qiara Media, Yogyakarta.
- Ghassani. N. Dan Suyono. (2021). Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Edamame Oleh, Konsumen Ruman Tangga Pada Pasar Swalayan. *Forum Agribisnis*, 11(2). 167-181.
- Ghozali, I., 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*, Cetakan Kedelapan, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS ". Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N, (2004). *Basic Econometrics*, Fourth Edition, Singapore. Mcgraw-Hill Inc.
- Gujarati, N. D. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba
- Hadari, Nawawi. (2007). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Halim, Jimmy. 2016. *6 Teknik Hidroponik*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Haryoto. 2009. *Bertanam Seledri Secara Hidroponik*. Yogyakarta: Kanisius.

- Hatumena, Jeksen., Turukay, Martha., Parera, Weldemina. B., & Lawalata, Marfin. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Pada Pasar Moderen Studi Kasus Di "Foodmart Ambon" Kota Ambon. *Jurnal Agrica*. 15(2):182-194.
- Herbalife International. 2020, Diet Decisions Survei Area Asia Pacific Consumers. [Diakses 2023 Juli 16]. Tersedia Dari: <https://www.herbalife.com.sg/apacnews/press-release/diet-decisions-survei/>
- Hossain, Md. I., & Rahman, Md. S. (2018). Measuring The Impact Of Green *Marketing mix* On Greenpurchasing Behavior: A Study On Bangladeshi Consumers. *The Comilla University Journal Of Business Studies* 05:05-19.
- Hurriyati, R. (2018). *Marketing mix* Dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Hypermart. (2021). Tentang Perusahaan. hypermart.co.id/mppa-retail-group/
- Imam Gunawan, S. M. (2017). Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indomaret. (2022). Indomaret Fresh. Youtube Video. www.youtube.com/watch?v=xdiUz-iCpQ4 Diakses Pada Tanggal 14 September 2024.
- Issock issock, p. B., roberts-lombard, m., & mpinganjira, m. (2020). The importance of customer trust for social marketing interventions: a case of energy-efficiency consumption. *Journal of social marketing*, 10(2), 265–286. <https://doi.org/10.1108/jsocm-05-2019-0071>
- Iswahyudi, K. *Et al.* (2019) 'Analisis Perilaku Konsumen Sayuran Di Pasar Wilatan Kota Kabupaten Jember', Pp. 1–12.
- Iswantoro dan Anastasia. (2013). Hubungan Demografi, Anggota Keluarga dan Situasi dalam Pengambilan Keputusan Pendanaan Pembelian Rumah Tinggal Surabaya, *Jurnal Finesta*. 1(2):125-129.
- Jacklin, P. M., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). The Effect Marketing Mix and Service Quality On sun Product Purchase Decision Department of Store Mega Mall Manado. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7 halaman 431- 440.
- Kementrian Kesehatan RI, 2019, Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2019, Jakarta, Kementrian Kesehatan RI.
- Kharisma, Anggi. 2020. Factors Influencing Consumer Behavior on Purchase Decisions Paprika (*Capsicum annum L.*) Vegetables (Case Study: Supermarket Brastagi Jln. Gatot Subroto Medan). PhD Thesis.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. Principle of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid Satu, Edisi Tiga, Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary. 2018. Principles Of Marketing, Seventeenth Edition, United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary. 2019. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Benyamin Molan jilid 2. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kowalska, A., Ratajczyk,M., Manning, L., & Bieniek,M. (2021). “Young And Green” A Study Of Consumers’ Perceptions And Reported Purchasing Behaviour Towards Organic Food In Poland And The United Kingdom. Sustainability. 13, 13022:1-23.
- Mansur, M., Khoriyah, N., & Syakir, F. (2020). Bauran Pemasaran Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Buah Dan Sayur Di Supermarket Kec Lowokwaru Kota Malang. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. 8(2):92-104.
- Mantra, Bagoes Ida. 2003. Demografi Umum. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Mappigau, E. (2022). Pengaruh harga dan kualitas terhadap permintaan rumput laut. Jurnal Akuntansi dan Keuangan.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda (Canarium Indicum L). Ilmu Matematika Dan Terapan, 14(3), 333–342.
- Meet, R. K., Kundu, N., & Ahluwalia, I. S. (2024). Does socio demographic, green washing, and *marketing mix* factors influence Gen Z purchase intention towards environmentally friendly packaged drinks? Evidence from emerging economy. *Journal of Cleaner Production*. 434:140357.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2013). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor:70/M-DAG/PER/12/2013 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.
- Mhlophe, J.B. Antecedents of Consumer Purchase Intentions towards Organic Food Produces: A Case Study of the Johannesburg Municipality. Master’s Thesis, University of the Witwatersrand, Johannesburg, South Africa, 2015.

- Mohamad, R. Dan E. Rahim. (2021). Strategi *Marketing mix (Marketing mix)* Dalam Perspektif Syariah. Mutawazin: Jural Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo, 2(1). 15-26.
- Muhammad, Ayu. R. A. N., Nanlohy, W. D., & Matitaputty, I. T. (2022). Pengaruh Perkembangan Aktivitas Ekonomi Terhadap Penggunaan Lahan Di Kecamatan Sirimau. *Jurnal Isometri*. 1(1):50 – 59.
- Muhid, A. (2019). Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik Dengan SPSS For Windows. Sidoarjo: Penerbit Zifatama Jawa.
- Mullin Cummins, Julian, 2004. Sales Promotion PPM, Jakarta.
- Murty, Dea, Imroatul Khasanah, 2015, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ML Di Semarang” *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 4, no. 2, pg. 1-11.
- Ningsih, Setia. Dukalang, Hendra. (2019). Penerapan Metode Succesiv Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda. Pp. 43-53. Pada IAIN Sultan Amai Gorontalo.
- Noel, H. (2009). Basic Marketing: Consumer Behaviour (D. Shaw (ed.)). AVA Publishing SA.
- Nudin, I., Dolorosa, E., Dan Suharyani, A. (2022). Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak: Sebuah Analisis Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*. 15(3): 247-256.
- Nugraha, R. N., Yudian, R. A., & Fadillah, A. (2023). Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Hunian Kamar di Hotel Reddoorz Dekat Botani Square Mall. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 64-71.
- Nurhidayah Rina. 2016. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Sayuran Segar Di Pasar modern Superindo Godean Kota Yogyakarta. [Skripsi]. Fak Pertanian. Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.[Indonesia]
- Pemerintah Kota Ambon. (2013). Kehadiran Hypermart-MCM, Bukti Peningkatan Dinamika Ekonomi Ambon. Ambon.go.id. Diakses pada tanggal 14 September 2024.
- Pemkot Ambon Dinas Perindustrian Dan Perdagangan. (2023). Jumlah Pelaku Usaha Yang Memperoleh Izin Sesuai Dengan Ketentuan (IUPP/SIUP Pusat Perbelanjaan Dan IUTM/IUTS/SIUP Toko Swalayan) Di Kota Ambon. *Suvery Lapangan*.
- PT Indomarco Prismatama (Indomaret). 2024. Sejarah dan Filosofi Perusahaan. indomaret.co.id [Business Website]
- PT. Inti Cakrawala Citra (Indogrosir). (2022). Sejarah Indogrosir. Indogrosir.co.id
- Purbajanti , E. D., Slamet, W. & Kusmiyati, F. (2017). Hydroponic: Bertanam Tanpa Tanah. Semarang: EF Press Digimedia.

- Rasmikayati, Elly., dkk. (2017). Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi serta Pendapatannya Terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya. Pusat Riset Pangan Berkelanjutan DRPM UNPAD. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis. 2017. 3(2): 117-133
- Roberto K. 2005. How to Hydroponics. Harvard University: Futuregarden Inc. London
- Roscoe, J. T. (1975). Fundamental Research Statistics For The Behavioural Sciences. (2nd Ed.) New York: Holt Rinehart & Winston.
- Rukajat, A. 2018. Teknik Evaluasi Pembelajaran. CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian (T. Koryati (Ed.)). Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Salam, N. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Benih Hortikultura CV. Sumber Horti Nasional. Jurnal Agribisnis, 19(1): 1–9.
- Sallatalohy, Abdul. H. (2023). Pengamalan Pancasila Dan Potensi Millenial Kota Ambon Di Era Digital. Redaksi Rakyatmaluku.Com Diakses Pada 20 April 2024.
- Sampa, M. B., Nomura, H., Yabe, M., & Aziz, N. H. B. (2024). Structural Equation Model For Exploring The Key Drivers Of Consumer Behavior Towards Environmentally Conscious Organic Food Purchasing In Japan. Journal Sustainability. 16, 2862:(1-16).
- Sari. R. A. P., Mulyo, J. H., & Rahayu, L. (2023). Dampak *Marketing mix* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Sayuran Organik Di Pasar modern Kota Semarang. Tesis. Universitas Gadjah Mada.
- Sartika, E. (2010). Pengolahan Data Berskala Ordinal. Sigma-Mu, 2(1), 60–69.
- Sarwoko. 2005. Dasar – Dasar Ekonometrika , Yogyakarta : Penerbit PT. ANDI
- Savira, R. D., & Prihanti, T. M. (2019). Analisa Permintaan Sayuran Hidroponik Di PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan. Jurnal Agribisnis Kepulauan, 7(2): 165–180.
- Schiffman L.G., Kanuk L.L. 2000, Consumer Behavior, Edisi Ke7. New Jersey: Prentice Hall.
- Sebayang. 2010. Sikap Konsumen Terhadap Sawi Caisim Organik Di Kota Surakarta. Jurnal Ilmiah Edu-prints Universitas Negeri Jakarta. Surakarta
- Setiabudi, M. U., Parera, W. B., & Far-Far, R. A. (2013). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Segar Studi Kasus *Hypermarket* ambon City Center Kota Ambon. Jurnal Agrilan: Agribisnis Kepulauan. 1(4):25-40.
- Setiadi, J. Nugroho. (2008). Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran, Prenada Media. Jakarta.

- Shelbiana, Aurora., & Trimo, Lucyana. (2022). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN TERHADAP PENGGUNA E-WALLET GO-PAY DI KOTA JABODETABEK. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*. 10(2):211-221.
- Siagian, D. dan Sugiarto. 2000, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., . . . Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar : Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*. Mataram: CV Pena Persada.
- Simamora. 2004. *Riset Pemasaran*, Jakarta, Gramedia Utama.
- Siwu, H. F. D. (2019). "Strategi Pertumbuhan Dan Pembangunan Ekonomi Daerah". *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 19(3), 1–11.
- Solomon, Michael W. 2004. *Consumer Behaviour: Buying, Having & Being*, 6th Edition, Pearson-Prentice Hall, Inc. Englewood Cliff., New Jersey.
- study of the modern market behind soybeans in Ambon City). *IJEBIR: International Journal of Economics, Business and Innovation Research*. 3(4):333-344.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabet
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabet)
- Sulung. S. A. S. Soegoto, Dan J. L. A. Tampennwas. (2022). *Analisa Marketing mix Terhadap Reputasi Pembelian Di Pasar Modera Tobelo* *Jurnal EMBA*. 10(1). 1578-1589.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Ghalia.

- Sunyoto, D, 2014, Basic Concepts of Marketing Research and Consumer Behaviour (Centre for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, Suyanto 2011. Analisis Regresi Untuk Uji Hipotesis, Yogyakarta. Caps.
- Supriadi, G. (2021). Statistik Penelitian Pendidikan. Yogyakarta: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia.
- Suryani, Y. (2015). Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur). Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, c, 152–163.
- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2019). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung. Journal Of Food.
- Tallei, T. E., Rumengan, I. F. M., & Adam, A. A. (2017). Hidroponik Untuk Pemula. Manado: LPPM UNSTRAT.
- Teleparry, K. (2024). Analysis Of The Organic Vegetable Supply Chain (case
- Tiarani, Nadisha Aulya (2019) Strategi Komunikasi Pemasaran Hypermart Bip Bandung Dalam Mempromosikan Makanan (Snack) Kepada Pengunjung. Thesis. Universitas Komputer Indonesia.
- Tim Karya Tani Mandiri. 2010. Pedoman Budidaya Secara Hiddroponik. Bandung
- Timisela., Sari., Lawalata., & Titaley. (2020). Effect of Product Attributes on Consumer Satisfaction of Organic Vegetables at Dian Pertiwi Supermarket, Ambon City. International Journal of Innovation, Creativity and Change. 12(9):109-122.
- Wahome PK, Oseni TO, Masarirambi MT, Shongwe VD. 2011. Effects of different hydroponics systems and growing media on the vegetative growth, yield and cut flower quality of Gypsophila (*Gypsophila paniculata* L.). World J. Agr. Sci. 7(6):692-698.
- Walean. R. H. H. Harianja, Dan E. N. Karwur. (2020). The Effect Of *Marketing mix* Towards Consumer Purchase Intention In Carrefour Transmart Kawanua. Klabat Journal Of Management, 1(2). 20-40
- Waskito, D., Z, M. A., & S.P, A. R. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Yogyakarta. PELITA, IX(1), 36–48.
- Wekeza, S. V., & Sibanda, M. (2019). Factors Influencing Consumer Purchase Intentions Of Organically Grown Products In Shelly Centre, Port Shepstone, South Africa. Internasional Journal Of Environmental Research And Public Health. 16, 956:(1-26).
- Welsch, H.; Kuhling, J. Determinants of Pro-Environmental Consumption: The Role of Reference Groups and Routine Behavior. Ecol. Econ. 2009, 69, 166–176.

- Widiyawati, Lailaturohmah. (2019). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN DI PASAR TRADISIONAL TENGUYUN KOTA TARAKAN. Skripsi. Universitas Borneo Tarakan.
- Wijaya, C., Kardinal, & Cholid, I. (2018). Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan, dan Pendapatan, Terhadap Literasi Keuangan Warga di Komplek Tanah Mas. *Jurnal Manajemen*, 1-5.
- Wongleedee K. Marketing mix and purchasing behaviour for community products at traditional markets. *Procedia-Social and Beh. Sci.*, 2015; 197:2080-2085. <https://doi/10.1016/j.sbspro.2015.07.323>
- Wooldridge, J. M. (2015). Introductory Econometrics 6th Edition. In *Economica* (Vol. 42, Issue 165).