Strategi Bauran Pemasaran 4P Beras Organik dalam Membangun Loyalitas Konsumen Beras Organik di
Kabupaten Sleman
Nadia Amelia Purnama, Sugiyarto, S.P., M.Sc.; Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.Sc.; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, T., Alfikri, & Silfia. (2024). Strategi pengembangan usaha beras organik pada Kelompok Tani Sawah Bangsa menggunakan Matrik SPACE. *Ekonomipedia: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, *2*(2): 264-277.

Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Aliansi Organik Indonesia. (2023). *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2023*. Jakarta: Universitas Bakrie Press.

Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.

Ar-Rozi, M. F., Masitoh, S., & Miftah, H. (2020). Analisis persepsi konsumen beras organik dan faktor-faktor yang memengaruhinya (kasus orang tua siswa Sekolah Alam Indonesia–Studio Alam, Depok). *Jurnal Agribisains*, *6*(2): 89-100.

Astuti, E. P., Masyhuri, & Mulyo, J. H. (2019). Analisis sikap konsumen pasar swalayan terhadap sayuran organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(1): 183-194.

Badan Pusat Statistik. (2023). *Luas Panen dan Produksi Padi di Indonesia 2022*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/03/a78164ccd3ad09bdc88e70a2/luas-panen-dan-produksi-padi-di-indonesia-2022.html>. Diakses pada 13 Juli 2026.

Badan Pusat Statistik. (2025a). *Statistik Demografi Indonesia (Hasil Sensus Penduduk 2020)*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/01/31/29a40174e02f20a7a31b5bc3/statistik-demografi-indonesia--hasil-sensus-penduduk-2020-.html>. Diakses pada 12 April 2026.

Badan Pusat Statistik. (2025b). *Indikator Pasar Tenaga Kerja Indonesia Agustus 2025*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/12/30/cd78a8ff95fcf228a712e8ac/indikator-pasar-tenaga-kerja-indonesia-agustus-2025.html>. Diakses pada 12 April 2026.

Badan Pusat Statistik. (2026). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Padi-Padian Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas)*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjA5NCMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-padi-padian-per-kabupaten-kota.html> . Diakses pada 5 Februari 2026.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. (2026). *Kabupaten Sleman dalam Angka 2026.* <https://slemankab.bps.go.id/id/publication/2026/02/27/0f87290bbc9c2d648f2210f7/kabupaten-sleman-dalam-angka-2026.html>. Diakses pada 4 April 2026.

Strategi Bauran Pemasaran 4P Beras Organik dalam Membangun Loyalitas Konsumen Beras Organik di
Kabupaten Sleman
Nadia Amelia Purnama, Sugiyarto, S.P., M.Sc.; Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.Sc.; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Badan Standardisasi Nasional. (2016). *Sistem Pertanian Organik (SNI 6729:2016)*. Jakarta: BSN.

Baker, L. (2019). *Data Types (Getting Started With Statistics)*. Edinburgh: CSI Publishing.

Bali, A. Y. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(1): 1-14.

Beierlein, J. G., & Woolverton, M. W. (1991). *Agribusiness Marketing : The Management Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.

Bhutto, M. Y., Khan, M. A., Sun, C., Hashim, S., & Khan, H. T. (2023). Factors affecting repurchase intention of organic food among generation Z (Evidence from developing economy). *Plos one*, *18*(3): 1-14.

Bramastya, J., Handayani, S. M., & Khomah, I. (2017). Analisis pengaruh faktor bauran pemasaran 4P terhadap keputusan pembelian beras organik (Studi Kasus pada Brand Lokal Desaorganik. Id). *6(1):* 557-565.

Damayanti, F. R., Mulyo, J. H., & Suryantini, A. (2013). Konsumsi beras organik tingkat rumah tangga di Kabupaten Sleman. *Agro Ekonomi, 24*(2): 148-157.

Daud & Sarmiati. (2023). Fundamental strategi pemasaran: marketing mix 4P to 4A. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, *9*(2): 28-36.

David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases (13th edition)*. New Jersey: Pearson.

Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS.* Yogyakarta: Deepublish.

Dzwigol, H. (2020). Innovation in Marketing Research: Quantitative and Qualitative Analysis. *Marketing and Management of Innovations*, 1: 128-135.

Ferawati, F., Saadah, S., & Amrullah, A. (2019). Pengambilan keputusan konsumen pada pembelian beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, *15*(1): 1-16.

Fernando, J. M., Purwanggono, B., & Wicaksono, P. A. (2017). Analisis kesiapan sertifikasi ISO 9001: 2015 pada PT. Wijara Nagatsupazki dengan menggunakan metode *gap analysis*. *Industrial Engineering Online Journal*, *6*(2): 1-10.

Ferrel, O. C., & Pride, W. M. (1982). *Fundamentals of Marketing*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Gani, I. & Amalia, S. (2015). Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelituan Bidang Ekonomi dan Sosial. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Strategi Bauran Pemasaran 4P Beras Organik dalam Membangun Loyalitas Konsumen Beras Organik di Kabupaten Sleman
Nadia Amelia Purnama, Sugiyarto, S.P., M.Sc.; Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.Sc.; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gehrt, K.C. & Yale, L.J. (1993). The dimensionality of the convenience phenomenon: A qualitative reexamination. *Journal of Business and Psychology,* 8:163–180.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Unversitas Diponegoro.

Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It. 2nd ed.* San Fransisco: Jossey-Bass.

Habibah, L., Futri, A., Khuzaeri, A. P., Shidqi, F., Winata, W. A., & Desmawan, D. (2024). Beras sebagai makanan pokok: faktor penyebab ketergantungan dan dampaknya terhadap perekonomian Indonesia. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *3*(2), 110-114.

Haile, Z. T. (2023). Power analysis and exploratory research. *Journal of Human Lactation*, *39*(4): 579-583.

Hartono, R., Rustijarno, S., Arifin, A. Y., & Hendrata, R. (2023). Model Pengembangan Kawasan Pertanian Terpadu Berbasis Korporasi Petani di Kabupaten Sleman. *Buletin Agritek*, *4*(2), 19-33.

Hauff, S., Richter, N. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2024). Importance and performance in PLS-SEM and NCA: Introducing the combined importance-performance map analysis (cIPMA). *Journal of Retailing and Consumer Services*, *78*, 103723.

Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Book Publishing.

Hidayat, C. G. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Beras di Kios Beras Do'a Ibu. Fakultas Ekonomi. Universitas Nahdatul Ulama Al-Ghazali. Skripsi.

Hu, T., Al Mamun, A., Reza, M. N. H., Wu, M., & Yang, Q. (2024). Examining consumers' willingness to pay premium price for organic food. *Humanities and Social Sciences Communications*, *11*(1): 1-15.

Ibrahim, M. Y. (2024). The most appropriate scale for behavioral research is a seven-point rating. *Multidisciplinary Reviews*, 8(4), 2025126.

Ikasari, D. M., Deoranto, P., Silalahi, R. L. R., & Citraresmi, A. D. P. (2016). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian beras organik. *Jurnal teknologi pertanian*, *17*(1): 69-78.

Johnson, M. D., Herrmann, A., Huber, F., & Gustafsson, A. (1997). *Customer Retention in the Automotive Industry*: *Quality, Satisfaction and Loyalty.* Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi.* Medan: UMSU Press.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Strategi Bauran Pemasaran 4P Beras Organik dalam Membangun Loyalitas Konsumen Beras Organik di
Kabupaten Sleman**
Nadia Amelia Purnama, Sugiyarto, S.P., M.Sc.; Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.Sc.; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Kementerian Pertanian. (2013). *Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 64/Permentan/OT.140/5/2013 tentang Sistem Pertanian Organik*. Kementerian Pertanian.

Konadi, W., Musrizal, Azhari, Kamaruddin, & Rahmad. (2025). *Penduduk & Pembangunan: Analisis Demografis dan Empiris.* Medan: Media Kreasi.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th edition*. United Kingdom: Pearson.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kristanti, N. E., Salisa, H. D., & Mawadati, N. P. (2024). Marketing mix analysis of JOSS organic rice based on consumer acceptance. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *1377*(1): 1-7.

Kumari, S. (2024). Analysis of distribution and changes in sex-structure of Ranchi District (Jharkhand). *International Journal of Social Sciences and Management Review, 7*(1): 176-193.

Lao, F. M. (1998). *Marketing Management: Concepts and Application for Strategic Marketing Planning*. Philippines: Rex Book Store.

Lipowski, M., & Angowski, M. (2016). Gender and consumer behaviour in distribution channels of services. *International Journal of Synergy and Research*, 5:45-58.

Listiani, H., Judijanto, L., Labib, M., Andriyani, Lusida, N., Filhaq, R., Hapsari, R. K. M. (2025). *Panduan Karya Tulis Ilmiah (Strategi untuk Penelitian Berkualitas*). Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Masnunah, S., & Arif, D. (2025). *Strategi Pemasaran: Teori, Praktik, dan Konteks Lokal*. Yogyakarta: Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia.

Meutiashifa, N. I., & Sundari, M. T. (2024). Bauran pemasaran (4P) komoditas beras (*Oryza sativa* L.) di Perum BULOG Kantor Wilayah Jawa Tengah. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, *3*(1): 23-33.

Mulyati, S., Bukhari, A., & Putri, I. A. (2023). Analisis kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap atribut produk sayuran organik pada *e-commerce* Kecipir. *Prospek Agribisnis*, 2: 107-119.

Murshed, R., & Uddin, M. R. (2020). Organic farming in Bangladesh: to pursue or not to pursue? An exploratory study based on consumer perception. *Organic Farming,* 6(1): 1-12.

Nada, J. Z., & Hakim, R. B. F. (2024). Pengaruh jumlah usaha industri dan jumlah nilai investasi terhadap jumlah tenaga kerja di Sleman menggunakan analisis regresi linear berganda. *Emerging Statistics and Data Science Journal*, *2*(2): 238-249.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Strategi Bauran Pemasaran 4P Beras Organik dalam Membangun Loyalitas Konsumen Beras Organik di Kabupaten Sleman
Nadia Amelia Purnama, Sugiyarto, S.P., M.Sc.; Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.Sc.; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Nandhita, F. A., Machfudz, M., & Rianti, T. S. M. (2025). Pengaruh bauran pemasaran dan *brand equity* terhadap keputusan pembelian beras organik merek "Hotel" di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, *13*(1): 1-13.

Nurohman, M. F., Herawati, & Krisnamurthi, B. (2024). Understanding the price perception: Assessing youth willingness to pay for organic rice in Indonesia. In *BIO Web of Conferences*, 119:1-10.

Novita, N., & Riza, F. (2018). Pengaruh jangkauan pasar, skala produksi dan panjang saluran pemasaran terhadap preferensi petani untuk memiliki sertifikasi organik. *Business Management Journal*, *14*(1): 11-22.

Ozili, P. K. (2023). The acceptable R-square in empirical modelling for social science research. In *Social research methodology and publishing results: A guide to non-native English speakers* (pp. 134-143). IGI Global Scientific Publishing.

Panjaitan, W., Lie, D., Butarbutar, M., & Inrawan, A. (2018). Pengaruh kepuasan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada UD PN Silitonga Serbelawan. *Maker: Jurnal Manajemen*, *4*(1): 83-91.

Pemerintah Kabupaten Sleman. (2023). *Peraturan Bupati Sleman Nomor 62 Tahun 2023 tentang Pengembangan Kawasan Pertanian Sehat*. Sleman: Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman.

Piay, S. S., Romdon, A. S., Samijan, & Paryono, T. J. (2012). *Pertanian Organik (Persyaratan, Budidaya, dan Sertifikasi)*. Ungaran: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Tengah.

Rahman, A. (2023). *Ekonomi Demografi dan Kependudukan*. Makassar: Nas Media Pustaka.

Ramadhani, R. K., Suswadi, Sutarno, & Handayani. (2019). Strategi pemasaran beras organik di Kelompok Tani Pangudi Bogo Desa Dlingo, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmiah Hijau Cendekia*, *4*(2): 87-95.

Rathore, S. & Panwar, A. (2016). *Capturing, Analyzing, and Managing Word-of-Mouth in the Digital Marketplace.* Hershey: IGI Global.

Remple, S. (2025). *Values Guide Decision Making for Results: A Practical Guide for an Uncertain Business Future.* Canada: Friesen Press.

Ringold, D. J., & Weitz, B. (2007). The American Marketing Association definition of marketing: Moving from lagging to leading indicator. *Journal of Public Policy & Marketing*, *26*(2): 251-260.

Risnawati, Kusumajaya, R. A., Sari, I. L., Mandagi, D. W., Gemilang, F. A., & Sucipto, B. (2026). *Manajemen Pemasaran: Strategi Kompetitif dalam Era Global.* Padang: Get Press Indonesia.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Strategi Bauran Pemasaran 4P Beras Organik dalam Membangun Loyalitas Konsumen Beras Organik di Kabupaten Sleman
Nadia Amelia Purnama, Sugiyarto, S.P., M.Sc.; Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.Sc.; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Rosalina, M., Masyhuri, & Siswadi, B. (2021). Analisis bauran pemasaran beras di Pasar Puspa Agro Sidoarjo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, *9*(2): 1-12.

Rozaki, Z., Alifah, S., Rahmawati, N., Al Hadi, S. S., Ardila, R. A., Pamungkas, H. W., & Fathurrohman, Y. E. (2025). Market dynamics and consumer preferences for organic rice purchase in Central Java and Yogyakarta, Indonesia. *Research on World Agricultural Economy*, 6(1): 245-260.

Sari, Y., Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Karyani, T., & Dewi, S. (2020). Willingness to pay konsumen beras organik dan faktor-faktor yang berkaitan dengan kesediaan konsumen untuk membayar lebih. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*, 10(1): 46-57.

Sarwono, J. (2012). *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Setiawan, P. Y. B., Fudholi, A., & Satibi. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan produk. *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi (Journal of Management and Pharmacy Practice)*, *6*(2): 115-124.

Silfiani, M, Fitria, I., Irawan, H., Zahra, K. S., Darwis, M. D. R., Raaph, N. A., Padli, R., Lastiur, S. K., Annisa, N, Sari, D. L., & Patricia, M. (2025). *Strategi Promosi dengan Media Sosial dan Desain Produk.* Gresik: Thalibul Ilmi Publishing & Education.

Siregar, A. P., Anjani, H. D., Kusumaningsih, A., & Fadhliani, Z. (2024). *Ragam Topik dalam Kajian Ekonomi Pertanian dan Agribisnis: Teori dan Praktik Analisis Data*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Soesilowati, E., Kariada, N., & Mutiatari, D. (2021). Consumer's perception and opinion toward organic rice products. In *Proceedings of the 4th International Conference on Economics, Business and Economic Education Science, ICE-BEES* (pp. 27-28).

Solihiyah, E. D. Z., Widayanti, S., & Syah, M. A. (2024). The influence of marketing mix on satisfaction and loyalty of rice customers at PT. Komoditi Tani Tndonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, *8*(1):211-219.

Subejo, Irham, Sari, P. N., Widada, A. W., Nurhayati, A., Devi, L. Y., & Anatasari, E. (2019). Problematika pengembangan padi organik di Sawangan Magelang serta peluang sertifikasi internasional. *Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, *9*(1), 1-85.

Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

Sudianto, Y., & Sutrisna, N. (2015). *Petunjuk Teknis Budidaya Padi Organik.* Bandung: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Jawa Barat.

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Strategi Bauran Pemasaran 4P Beras Organik dalam Membangun Loyalitas Konsumen Beras Organik di Kabupaten Sleman
Nadia Amelia Purnama, Sugiyarto, S.P., M.Sc.; Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.Sc.; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sulistyana, P., J. H. Mulyo, dan Jamhari. (2014). Konsumsi beras organik pada tingkat rumah tangga di Kota Yogyakarta. *Agro Ekonomi*, 25(1): 25-34.

Sumarwan, U., Noviandi, A., & Kirbrandoko, K. (2013). Analisis proses keputusan pembelian, persepsi dan sikap konsumen terhadap beras organik di Jabotabek (An analysis of purchasing decision, perceptions and consumer attitudes toward organic rice in Jabodetabek*). Jurnal Pangan*, 22(2): 87-104

Syaefullah, A. (2025). *Manajemen Sumber Daya Manusia Internasional: General International Human Resources Management*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Truong, V. A., Lang, B., & Conroy, D. M. (2022). When food governance matters to consumer food choice: Consumer perception of and preference for food quality certifications. *Appetite*, *168*, 105688.

Truong, V. A., Conroy, D. M, & Lang, B. (2021). The trust paradox in food labelling: An exploration of consumers' perceptions of certified vegetables. *Food Quality and Preference*, *93*, 104280.

Usman, E., Sumarni., Nirmala., Irmayanti., & Syah, F. (2024). Analisis pengaruh konsumen terhadap keputusan pembelian beras organik di Kabupaten Kolaka. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*,4(3): 2481-2487.

Waty, E., Anggraeni, A. F., Apriani, A., Ibrahim, H., Sari, A., Manafe, H. A., Juniarto, G., Nursanti, T. D., & Hidayat, Y. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis (Teori & Panduan Praktis dalam Penelitian Bisnis)*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Widiyanti, E., & Santoso, A. I. (2016). Pemberdayaan Aliansi Petani Padi Organik Boyolali (APPOLI) dalam pengolahan pasca panen dan pemasaran beras organik. *INOTEKS: Jurnal Inovasi Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni*, 20(2): 93-104.

Yazar, E. E., & Burucuoğlu, M. (2019). Consumer attitude towards organic foods: A multigroup analysis across genders. *Istanbul Business Research*, *48*(2): 176-196

Young, F. C. & Pagoso, C. M. (2008). *Principles of Marketing*. Philippines: Rex Book Store.

Yunus, M., Jaya, I. G. N. M., Adam, M., Tabrani, M., Musnadi, S., Ibrahim, M., Kesuma, T. M., & Idris, S. 2023. *Mengenal Aplikasi Statistika dalam Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Zamrodah, Y., Sativa, R. D. O., & Moeis, E. M. (2023). Strategi pengembangan pemasaran beras organik di Vigur Organik Cemorokandang Malang. *Jurnal Viabel Pertanian*, *17*(2): 73-80.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Strategi Bauran Pemasaran 4P Beras Organik dalam Membangun Loyalitas Konsumen Beras Organik di
Kabupaten Sleman**
Nadia Amelia Purnama, Sugiyarto, S.P., M.Sc.; Hariyani Dwi Anjani, S.P., M.Sc.; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Zendrato, R. J., Telaumbanua, P. H., Zebua, H. P., & Victory, R. (2024). Penerapan pertanian organik dalam mewujudkan pertanian berkelanjutan. *Jurnal Sapta Agrica E-ISSN*, 3(1): 52-66.