



DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar ,J, Miranty A dan Yanty I. 2007. Mengelola Merk. Yayasan Bina Karsa Mandiri. Jakarta.
- Anonim. 2000. Supermarket. <http://id.wikipedia.org/wiki/supermarket>. Diakses tanggal 3 Januari 2018 pukul 21.00 WIB.
- Armidin, RP. 2007. Strategi Pengembangan Usaha Gerai Pangan *Organic Vegetables* Kemang Timur, Jakarta Selatan [Skripsi]. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Astari, H.M. 2012. Preferensi konsumen Swalayan Terhadap Kangkung Organik di Purwokerto Kabupaten Banyumas. Tesis Pasca Sarjana Sosial Ekonomi/Agribisnis Universitas Jenderal Soedirman. Semarang.
- Bargumono. 2016. Pertanian Organik, Solusi Alternatif Pertanian. Global Pustaka Utama. Yogyakarta.
- BPS Kota Surakarta. 2015. *Surakarta dalam Angka Tahun 2015*. BPS Surakarta
- Chen, Yu Shan and Chang, Ching Hsun. 2012. *Enhance Green Purchase Intention. Management Decision. Emerald. 50. 502-520.*
- Damayanty, R. 2009. Analisis Prefrensi Konsumen Wortel Organik Amani Mastra di Foodmart Ekalokasari. Skripsi Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian IPB. Bogor
- Danang Waskito, M. Ananto Z, dan Andre Rezza S.P. 2016. Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik di Yogyakarta. Jurnal PELITA, Volume IX, Nomor 1, April 2016
- Dharmmesta dan Hani Handoko. 1997. Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 1996. Statistik Induktif. BPFE. Yogyakarta.
- Engel,James F,Rogers D.Blackwell,Paul W.Miniard.1994. Perilaku Konsumen Jilid I Edisi Keenam. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Gujarati. 2005. SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Intania,Y.2008. Pengaruh Suasana Lingkungan Swalayan Terhadap Keputusan Pembelian.<http://karyailmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view>. Diakses 22 Desember 2017 pukul 19.30 WIB.
- Isdiayanti. 2007. Preferensi konsumen Swalayan Terhadap Kangkung Organik di Purwokerto Kabupaten Banyumas. Tesis Pasca Sarjana Sosial Ekonomi/Agribisnis Universitas Jenderal Soedirman. Semarang



- Juliantono,FJ.2009. Pertanian Harus Menjadi Landasan Ekonomi Indonesia. <http://www.lilacgallery.com>. Diakses tanggal 22 Oktober 2017 pukul 20.00 WIB.
- Khorniawati, 2014. Analisis Koparatif Pendapatan Kopi Organik dan Petani Kopi Anorganik di Dataran Tinggi Gayo Nanggroe Aceh Darussalam. Jurnal Esai, Vol. 2 No. 2 Juli 2014. Jurusan Ekonomi dan Bisnis Polinela. Bandar Lampung.
- Kilamanca, CM. 2008. Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Produk Susu Kedelai di Surakarta. Skripsi S1 Fakultas Pertanian UNS. Surakarta.
- Kinrear dan James.1995. Riset Pemasaran PendekatanTerpadu Edisi Ketiga Jilid I. Alih bahasa oleh Yohanes Lamarta. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip 2000. Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo
- Kotler,P.1999. Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2001. Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN
- Lin, L., & Liao, J. 2012. *The Influence of Store Image and Product Perceived Value on Consumer Purchase Intention. International Journal Of Advanced Scintific Research and Technology. 2/3*
- Lubis, 2005. Keberadaan Hypermarket Menghambat Perkembangan Pasar Tradisional. <http://pks-jakarta.or.id/>.Diakses tanggal 27 Desember 2017 pukul 20.45 WIB.
- Mayrowani H. 2012. Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia. Forum Penelitian Agro Ekonomi 30 (2): 91–108.<http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdf/FAE30-2b.pdf>. [13Februari 2016]
- Mowen,JC dan Michael. 2002. Perilaku Konsumen Edisi Kelima Jilid I. Alih bahasa oleh Lina Salim. Erlangga. Jakarta.
- Muhsin. 2008. Atribut-atribut Swalayan yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen di PT Hero Supermarket,Tbk. <http://www.info.com>. Diakses tanggal 10 Desember 2017. Pukul 19.45 WIB.
- Muljaningsih, S. 2011. Preferensi Konsumen Dan Produsen Produk organik di Indonesia. *Jurnal Wacana. Vol. 14, No 4 2011. PS Kajian Lingkungan dan Pembangunan Program Pascasarjana Universitas Brawijaya. Semarang.*
- Novandari, 2011. Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 2, No. 1, Mei 2011 ISSN: 2355-0759. Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana*



- Paweł Grzelak and Mariusz Maciejczak. 2013. "Comparison between the United States and Poland of Consumers' Perceptions of Organic Products". *Studies in Agricultural Economics* 115, pp 47-56.
- Pracaya dan Juang Gema Kartika. 2016. Bertanam 8 Sayuran Organik. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pracaya. 2003. Bertanam Sayuran Organik di Kebun, Pot dan Polibag. Penebar Swadaya.Jakarta.
- Retnawati, Berta Beki. 2011. Green Branding: Peluang dan Tantangan bagi Indonesia Original Brands. Seminar Nasional Lingkungan Hidup. UK Petra Surabaya.
- Setiadi, N. 2003. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Sinergi dan Penelitian Pemasaran. Kencana. Jakarta.
- Shaharudin, Mohd Rizaimy., Pani, Jacqueline Junika., Mansor, Suhardi Wan., Elias, Shamsul Jamel., and Sadek, Daing Maruak. 2010. Purchase Intention of Organic Food in Kedah, Malaysia: A Religious Overview. *International Journal of Marketing Studies. IJMS. 2. 1*
- Sigit, EP. 2008. Pengaruh Persepsi Tentang Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. <http://karya-ilmiah.um.ac.id>. Diakses tanggal 15 Januari 2018 pukul 20.15 WIB.
- Sigit, S. 1982. Marketing Praktis. Armuritta. Yogyakarta.
- Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. PT.Gramedia.Jakarta.
- Singarimbun dan Effendi. 1995. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta.
- Suardika, I.M.P.. Ambarawati, I.G.A.A., Sukaatmadja, I.P., 2014. Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 2, No. 1, Mei 2014 ISSN: 2355-0759. Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana.*
- Sugiono, S. 2008. Bersiap Untuk Era Baru Dunia Ritel. Dalam Food Review Indonesia Volume III Nomor 5 Mei 2008 : 20-21. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2003. Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasinya. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sumawihardja, S, Suwandi S dan Sucherly. 1991. Intisari Manajemen Pemasaran. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Suprpti, NWS. 2010. Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran. Udayana University Press. Bali.
- Surakhmad, W. 1994. Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik. CV Tarsito. Bandung.



- Surbakti, H. 2009. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Implusif dan Kompulsif. <http://www.depkop.com>. Diakses tanggal 20 Desember 2017 pukul 20.30 WIB.
- Sutanto R. 2002. Penerapan Pertanian Organik: Pemasarakatan dan Pengembangannya. Yogyakarta: Kanisius.
- Sutarni, Teguh Budi Trisnanto, dan Bina Unteawati, 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan Vol. 17 (3): 203-211*
- Sutisna dan Sunyoto. 2013. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tastegood. 2007. Sikap Konsumen Mempengaruhi Keputusan Konsumen. <http://tastegood-tastegood.blogspot.com/2007/11/sikap-konsumen-mempengaruhi-keputusan.html>. [30Mei 2015]
- Tjiptono. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPFE
- Widhiani, AP. 2006. Aplikasi Teori Aksi Beralasan (Theory Of Reasoned Action). <http://www.digilib.ac.id/themes/libri2/detail.jsp>. Diakses tanggal 4 November 2017 pukul 19.30 WIB.
- Windriani Puspita, RahUtami Nugrahani, 2014. Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Mengenai Atribut Obat Herbal Merek Tolak Angin Sido Muncul di Kota Bandung. *Jurnal Sositoteknologi Volume 13, Nomor 1, April 2014*
- Yunarni Martha Doloksaribu, Yaktiworo Indriani, Umi Kalsum, 2016. *Sikap, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan bebek (Kasus di Rumah Makan Bebek Belur di Bandar Lampung)*. *JIIA, Volume 4 No. 3 Agustus 2016*