



## DAFTAR PUSTAKA

- AOI. 2016. Statistik Pertanian Organik Indonesia 2016.  
<http://form.iotform.me/80090769052457>. Diakses pada 2 September 2019
- Andari, and N. Murty. 2016. Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Super Indo Sultan Agung Yogyakarta. <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/6547/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf?sequence=13&isAllowed=y>
- Albasya, M, F,Y. Mawardi, M,K. Nuralam, I, P. 2018. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kursus Bahasa Inggris. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 58 (2)197-205
- Aufanada ,V. Ekowati ,T. Prastiwi, W. D. 2017. Kesiapan Membayar Poduk Sayuran Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research. Vol 3 (2)
- Adilah, Shafira. Maryati S. Hayati. 2020. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Sayuran Segar Di Hypermart Lombok Epicentrom Mall Kota Mataram. Vol 21 (1). Hal 1-10
- Adenegan, Kemisola O. & Fatai, Razaq A. 2016. Market Potentials for Selected Organic Leafy Vegetables. International Journal of Vegetable Science. Vol 22 (3): 251-258
- Adnyana, MO & Wardana, Putu. 2016. Willingness To Accept dan Willingness To Pay Petani Dan Konsumen Terhadap Padi Hibrida di Sentra Produksi Jawa Timur. Penelitian Pertanian Tanaman Pangan. Vol 35 (1) 53-61
- Akgüngör S, Miran B & Abay C. 2010. Consumer Willingness to Pay for Organic Food in Urban Turkey. Journal of International Food & Agribusiness Marketing. Vol 22 (2010) 299-313
- Arikunto, S. 2007. Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Ali, Tabassun. Ali, Jabir. 2020. Factors affecting the consumer's willingness to pay for health and wellness food products. Journal of Agriculture and food research. Vol (2): 1-34
- Astuti, EP. Masyhuri. Mulyo, Jangkung H. 2019. Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Sayuran Organik. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA). Vol 3(1)



- Basha, Bilal M. Mason, Cordelia. Shamsudin, Moh F. Hussain, Hafezali I. Salem, Milad A. 2015. Consumers Attitude Towards Organic Food. *Procedia Economics and Finance. International Accounting And Business Conference (IABC)*. Kuala Lumpur.
- Budiyanto, Moch AK. 2012. Tipologi Preferensi Konsumen Terhadap Produk Pangan Organik Di Kota Malang. *Jurnal Humanity, Vol 7 (2), Juli 2012: 64 – 74*
- Celona, N. .2015. Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik (Studi Kasus: *Giant Hypermarket, Botani Square*, Kota Bogor). Skripsi. Institut Pertanian Bogor
- Churchill, Gilbert A. 2001. *Dasar-dasar Riset Pemasaran: Edisi Keempat Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Dinas Pertanian Provinsi DIY. 2015. Master Plan Pengembangan Pertanian Organik Tanaman an Sayuran Umur Pendek di DIY. Pertanian <http://www1.pertaniango.id/skip/files/Masterplan%20sayur%20Organik%20DIY.pdf>. Diakses pada tanggal 2 september 2019
- Duli, N. 2019. *Metodelogi Peneltian Kuantitatif : beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi dan analisis data dengan SPSS : Cetakan pertama*. CV. Budi Utama, Yogyakarta.
- Elles, Shella F. Sihombing, SO. 2016. Determinan Niat Beli Makanan Organik: Sikap untuk Membeli Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 6 (3).
- Fajria, F. Ethika, D. Kusnaman, D. (2020). Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen terhadap Sayuran Oganik di Pasar Modern Purwokerto dan Faktor yang Memengaruhi. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Vol 17(1): 40-48
- Gall-Ely, Marine Le. 2009. *Definition, Measurement and Determinants of the Consumer's Willingness to Pay: A Critical Synthesis and Directions for Further Research. Recherche et Applications Marketing*. Vol 24(2).
- Harahap, Etty. 2018. Pengertian Sayuran. (Online). [https://www.academia.edu/27781018/Pengertian\\_sayuran](https://www.academia.edu/27781018/Pengertian_sayuran). Diakses pada 17 September 2020
- Hidayati N. 2013. Analisis Willingness To Pay Untuk Sayuran Organik Di Toko All Fresh, Bogor. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor



- Idaman, Northa, Yuliati, Lilik N. Retnaningsih. 2012. Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. Vol 9(2)
- Irianto, Heru. 2015. Consumers Attitude and Intention towards Organic Food Purchase: An Extension Of Theory Of Planded Behavior in Gender Perspective. *International Journal of Management, Economic and Social Sciences*. Vol 4(1)
- Karisyawati, ND. 2019. Preferensi dan Willingness To Pay Konsumen Pisang Cavendish dan Ambon di Daerah Istimewa Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2019. Hidup Sehat: Fakta Tentang Sayuran Organik yang Perlu Diketahui. (Online) <https://www.alodokter.com/ini-fakta-tentang-sayur-organik-yang-perlu-anda-ketahui>. Diakses pada 17 September 2020
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2017. Hari Gizi Nasional 2017: Ayo makan Sayur dan Buah Setiap Hari. <https://www.kemkes.go.id/article/print/17012600002/hari-gizi-nasional-2017-ayo-makan-sayur-dan-buah-setiap-hari.html> diakses pada 25 Februari 2021
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks. Jakarta.
- Kotler, Plilip. 2000 . *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Khorniawati, Melisa. 2014. Produk Pertanian Organik Di Indonesia : Tinjauan Atas Preferensi Konsumen Indonesia terhadap Produk Pertanian Organik Lokal. *Jurnal Studi Manajemen*. Vol 8(2)
- Krystallis, A and Chrysohoidis, G.2005. Consumers' willingness to pay for organic food: Factors that affect it and variation per organic product type. *British Food Journal* Vol. 107 No. 5, pp. 320-343
- Lian, Song B. 2017. What Motivates Consumer to Purchase Organic Food in Malaysia. *Asian Social Sciences*. Vol 13 (9)
- Malau, Harman, 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Mayrowani, Henny. 2012. Pengembangan Pertanian Organik Di Indonesia. *Jurnal Pusat Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian (PSKEKP)*.Vol 30(2)



- Mengistie, B. T. 2020. Consumers' Awareness on Their Basic Rights and Willingness to Pay for Organic Vegetables in Ethiopia. *Journal of Socioeconomics and Development*. Vol 3 (1).1 – 15
- Moser, Riccarda. Raffaelli, Roberta and McFadden, D T. 2011. *Consumer Preferences for Fruit and Vegetables with Credence-Based Attributes: A Review. International Food and Agribusiness Management Review Volume 14 (2): 2011*
- Muljaningsih, Sri. 2011. Preferensi Konsumen dan Produsen Produk Organik di Indonesia. *Jurnal Wacana*. Vol 14 (4). ISSN : 1411-0199
- Nasaban, Tongam S. 2008. Aplikasi *Willingness To Pay* Sebagai Proksi Terhadap Variabel Harga: Suatu Model Empirik Dalam Estimasi Permintaan Energi Listrik Rumah Tangga. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. Vol 4 (2)
- OA, Yesufu. Aremu, FJ. Kassali, R. Adebayo, AAA. 2018. *Consumer's Preference and Willingness to Pay for Organic Food in Osogbo Southwest, Nigeria*. *Curr Inves Agri Curr Res*. Vol 2(4): 2018
- Oyawolea, F.P. Akerele, D. dan Dipeolu , A. O. 2016. *Factors Influencing Willingness to Pay For Organic Vegetables Among Civil Servants in a Developing Country*. *International Journal of Vegetable Science*. Vol 22 (2)
- Ozguven, Nihan. 2012. Organic foods motivations factors for consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Vol 62 ( 2012 ): 661 – 665
- Ramadhani, Iqbal Febri. 2017 Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di CV. Vigur Organik. Fakultas Pertanian. Sosial Ekonomi Pertanian. Universitas Brawijaya.
- Rachman, HPS. 2001. Kajian Pola Konsumsi dan Permintaan Pangan Masyarakat Berpendapatan Rendah Jawa Tengah dan Nusa Tenggara Barat. Dalam *Jurnal Agro Ekonomi*: 15 (2) : 36-53
- Rofiatin, Umi. Bariska, Hanif F. 2018. Pola Willingness To Pay (WTP) dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang. *Jurnal OPTIMA*. Vol 2(1)
- Rohmat. 2010. Keluarga dan Pola Pegasuh Anak. *Jurnal Studi Gender dan Anak*. Vol 5 (1). Hal 35-46



- Sari, Hasrini. 2008. Pemasaran Produk Hijau: Profil Pelanggan Berdasarkan Usia, Gender, Pendidikan Dan Pengalaman Membeli. *MBA Business Review*, MBA Teknologi ITB. Vol. 3 (4). 1-11.
- Simamora B. 2004. *Panduat Riset Prilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, Henry . 2013. *Panduan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia
- Setiadi NJ. 2003. Prilaku Konsumen. *Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana , Jakarta.
- Sudarwati, R. 2016. Implementasi Model Pengambilan Keputusan Multi Atribut (*Multy Attribute Decision Making*). *Ekonomi Bisnis (Management and Business Economics Journal)*. Vol 21 (1). 1-13
- Sulistiyana, P. Mulyo, J H. Jamhari. 2014. Konsumsi Beras Organik Pada Tingkat Rumah Tangga Di Kota Yogyakarta. *Agro Ekonomi* Vol 24 (1) 1-10.
- Shang-Ho Yang. Panjaitan, B Pebriyani. Kiyokazu Ujiie. Jong-Wen Wann. Dennis Chen. 2020. Comparison of Food Values for Consumers' Preferences on Imported Fruits and Vegetables within Japan, Taiwan, and Indonesia. *J Food Quality and Preference*. Vol 87.
- SNI 6729. 2010. Standar Nasional Indonesia. Kementerian Pertanian RI, Jakarta.
- SNI 6729. 2016. Standar Nasional Indonesia. Kementerian Pertanian RI, Jakarta
- Subroto MA. 2008. *Real Food True Healthy* Cetakan I. Jakarta (ID) : PT. Agromedia Pustaka
- Subianto,Totok. 2007. Studi tentang prilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Vol 3 (3)
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Cetakan ke-22. Bandung: Penerbit. Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi )*. Bandung : Alfabeta.
- Sutarni. Trisnanto, TB. Unteawati, Bina. 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*. Vol 17 (3): 203-211

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. CV. Andi Offset. Yogyakarta

Towoliu, Juli dan Tumbuan W. Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Keluarga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut. *Jurnal EMBA*. Vol 5 (2), Hal 308-22

Wijaya, Toni. 2013. Determinan Gaya Hidup Sehat Konsumen Organik. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. Vol 1(1)

Waskito, Daang. Z Ananto, M. Rezza, Andre. 2014. Persepsi Konsumen terhadap Makanan Organik Di Yogyakarta. *Jurnal PELITA*. Universitas Negeri Yogyakarta. Vol 9(1)

Wang, L. Wang, J. Hou, X. 2019. Consumer's Willingness to Pay a Premium for Organic Fruits in China: A Double-Hurdle Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Vol 16 (1): 1-14

Widyastuti, Pristiana. 2018. Kualitas dan Harga Sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol 2, (1) hal 17-28

Widodo. K, Diah Rina. Rahayu, Lestari. 2016. Minat Beli Konsumen Terhadap Beras Organik. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*. Vol 2(2)

Yiridoe, EK, Ankomah, Samuel Bonti. Martin, Ralph C. 2005. *Comparison of consumer perceptions and preference toward organic versus conventionally produced foods*. *Renewable Agriculture and Food Systems*: 20(4): 193–205

Yunus, I W. Siswadi B , Syakir F. 2019. Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Sayuran Organik Dan Faktor Yang Mempengaruhi Di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Vol 7 No 4. Hal 1-8

Zahaf, leila. H,E,M. 2008. Decision Making Process of Community Organic Food Consumers: An Exploratory Study. *Emerald Insight Journal of Consumer Marketing*. Vol 25(2).