

DAFTAR PUSTAKA

- Adelawati, K. 2020. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Brastagi Supermarket Medan. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Skripsi.
- Adilah, S., S. Maryati., dan H. Haryati. 2020. Analisis perilaku konsumen terhadap sayuran segar di Hypermart Lombok Epicentrum Mall Kota Mataram. Jurnal Agrimansion, 21(1):24-33.
- Adrianto, R. 2018. Sikap konsumen terhadap atribut beras organik. Parsimonia-Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 4(3):321-328.
- Andari. N. M.. dan S. Widodo. 2016. Consumer preference towards organic vegetables at Super Indo Sultan Agung Yogyakarta. International Conference on Agribusiness Development for Human Welfare : 299-305.
- Andilla. Y. 2011. Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Sayuran Segar di Pasar Modern Bumi Serpong Damai (BSD) Tangerang Selatan. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Skripsi.
- APJII. 2016. Buletin APJII. <<https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>>. Diakses pada 5 Agustus 2021.
- Aprilliani, R. 2016. Analisis Pendapatan dan Risiko Usahatani Padi Organik dan Anorganik di Kabupaten Pringsewu. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Skripsi.
- Astuti, E. P., M. Masyhuri., dan J.H. Mulyo. 2019. Analisis sikap konsumen pasar swalayan terhadap sayuran organik. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 3(1):183-194.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kabupaten Tangerang Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang.
- Balitsa. 2015. Manfaat Sayuran Organik. <<https://balitsa.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php/berita-terbaru/430-manfaat-sayuran-organik.html>>. Diakses pada 8 Juni 2021.
- Barrett. D. M.. J. C. Beaulieu.. dan R. Shewfelt. 2010. Color, flavor, texture, and nutritional quality of fresh-cut fruits and vegetables: desirable levels, instrumental and sensory measurement, and the effects of processing. Critical reviews in food science and nutrition, 50(5):369-389.
- Bentarjani, F.M.P. 2013. Analisis Tipe Perilaku Konsumen Sayuran Organik di Pasar Swalayan Kabupaten Sidoarjo. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Skripsi.
- Bhatti. A.. H. Akram.. H.M. Basit.. A.U. Khan.. S.M. Raza.. dan M.B. Naqvi. 2020. E-commerce trends during Covid-19 pandemic. International Journal of Future Generation Communication and Networking, 13(2):1449-1452.
- BPS. 2021. Kependudukan. <<https://www.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#:~:text=Penduduk%>>

3A,responden%20menurut%20sistem%20kalender%20Masehi>. Diakses pada 2 Mei 2021.

BPTP. 2018. Prinsip dasar pengembangan pertanian organik. Diakses pada 15 Januari 2021.

Budiman. 2017. Profil pengguna *e-commerce* di wilayah kerja Balai Besar Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika Medan. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, 18(2):137-48.

Buletin Pemantauan Ketahanan Pangan Indonesia. 2017. Tren Konsumsi dan Produksi Buah dan Sayuran. <https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000024091/download/?_ga=2.20936048.937089387.1512357660-1786263564.1512357660>. Diakses pada 10 Januari 2021.

Carisayur. 2021. <<https://carisayur.com/>>. Diakses pada 5 Agustus 2021.

Chrysanthini, B., U. Sumarwan., dan A. Rifin. 2017. Preferensi konsumen terhadap produk sayuran organik (studi kasus konsumen UD Fabela-Myfarm) di Bogor Jawa Barat. Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah, 12(2): 151-160.

Clarissa, C. E., Darsono, dan H. Irianto. 2018. Analisis preferensi konsumen terhadap buah apel manalagi di Transmart Carrefour Cilandak Jakarta Selatan. Jurnal Agrista, 6(1):55-66.

Darmawan. D. 2017. Pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik. Agrimas, 1(1):1-10.

Dasipah. E., D. Sukmawati., dan R. Sofiatin. 2019. Preferensi label dan persepsi kemudahan memperoleh produk terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 5(2):235-242.

Dasipah. E., H. Budiyono., dan M. Julaeni. 2010. Analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk sayuran di Pasar Modern Kota Bekasi. Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah, 1(2):24-37.

David, W dan Ardiansyah. 2017. Peception of young consumer toward organic food in Indonesia. Int J. Agricultural Resources:Governance and Ecology, 13 (4):315-324.

Dimitri, C., dan R. L. Dettmann. 2012. Organic food consumers: what do we really know about them?. British Food Journal, 114(8): 1157-1183.

Djaali. 2008. Skala Likert. Pustaka Utama, Jakarta.

Elmanora., I. Muflikhati., dan Alfiasari. 2012. Kesejahteraan keluarga petani kayu manis. Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen, 5(1):58-66.

Evalianingtyas, K. M. 2019. Implementasi *E-Commerce* Sebagai Pendukung Strategi Pemasaran dan Media Penjualan Batik Dengan Fasilitas *Look And Feel* (Studi Kasus: Batik Wisnu Yogyakarta). Fakultas Teknologi Informasi dan Elektro. Universitas Teknologi Yogyakarta. Disertasi.

- Fadil, V. 2020. Belanja Online Melonjak 91%, Ini yang Harus Dilakukan Pelaku E-Commerce. <<https://www.wartaekonomi.co.id/read312187/belanja-online-melonjak-91-ini-yang-harus-dilakukan-pelaku-e-commerce?page=1>>. Diakses pada 4 Februari 2021.
- Fatoni. A., S. Hadi., dan H. Prayuginingsih. 2020. Analisis Sikap Konsumen Sayuran Segar di Pasar Wilayah Kota Kabupaten Jember. Universitas Muhammadiyah Jember. Doctoral dissertation.
- Fauzi. M. I. dan Y. Yuliawati. 2020. Perilaku konsumen dalam membeli sayuran organik po sayur organik merbabu (studi kasus Yogyakarta). Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 4(4):752-762.
- Febrianti, T., A. Tsani., dan A.N. Milla. 2019. Analisis preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di Kota Sukabumi. Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian, 7(1):1-8.
- Firmansyah, A. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strategy*). Qiara Media, Surabaya.
- Firmansyah, A. 2020. Komunikasi Pemasaran. Qiara Media, Pasuruan.
- Firmansyah, M.A. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Gautama, C. F., J.G. Warjoyo., dan B. Leoputra. 2019. Perancangan ulang identitas visual sayurbox. Rupaka, 1(1):1-9.
- Ghozali, I. 2002. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, Semarang.
- Hair, J. F., W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson. 2006. Multivariate Data Analysis Seventh Edition. Prantice-Hall International, New Jersey.
- Hakim, M.M., I. Alamsyah., dan D.W. Sari. 2014. Perbandingan Tingkat Produktivitas dan Pendapatan Petani Padi Pengguna Pupuk Organik pada Agroekosistem Lahan yang Berbeda di Sumatera Selatan. Palembang. Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal.
- Harinaldi. 2005. Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains. Erlangga, Jakarta.
- Hariyani. A.L. 2005. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Bebas Residu Pestisida (Studi Kasus di PT. Hero Supermarket. Surakarta). Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Skripsi.
- Hasan, H., A. Muis., dan Christoporus. 2019. Preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran organik di Kota Palu. Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian, 26(1):39-48.
- Herista, M. I. S. 2019. Analisis multiatribut model fishbein terhadap buah jeruk (studi kasus Kota Lampung Provinsi Lampung). Jurnal Ilmiah Indonesia 4(2) : 32-44.

- Hutabarat, N.D. 2008. Analisis Perilaku Konsumen Sayuran Segar pada Supermarket Foodmart di Plaza Ekalokasari Bogor. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Skripsi.
- Ibrahim, J.T. 2020. Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. UMM Press, Malang.
- Irmawati, D. 2011. Pemanfaatan *e-commerce* dalam dunia bisnis. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis, 4:161-171.
- Irsyad, M., N. A. H. L. Tobing., dan M. D. Susila. 2020. Pemanfaatan material fasa berubah untuk mempertahankan kesegaran sayuran. Turbo, 9(2):201-209.
- Istijanto. 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kartini, N.L., dan I.K. Budaraga. 2020. Pertanian Organik: Penyelamat Lingkungan. Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Kasali, R. 2007. Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Gramedia, Jakarta.
- Kecipir. 2021. <<https://kecipir.com/>>. Diakses pada 5 Agustus 2021.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. PT Gramedia Utama, Jakarta.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran: Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., V.Wong., J. Saunders., dan G. Armstrong. 2005. Principles of Marketing: Fourth European Edition. Pearson Education, London.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. 2016. Marketing Management: 15 Global Edition. Pearson Education, United States of America.
- Lee, M. 2012. Strategi Pemasaran dan *Integrated Marketing Communications* dengan Pendekatan dari *Interface Marketing-Finance* pada Produk Shampoo Clear di PT. Unilever Indonesia. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Tesis.
- Lojin. 2021. <<https://www.lojin.co.id/>>. Diakses pada 5 Agustus 2021.
- Mambu. T. R., J.R.E. Tampi. dan D.D.S. Mukuan. 2021. Kepercayaan konsumen, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *e-commerce shopee* di Kota Tondano. Productivity, 2(1):79-84.
- Marhaeni, A.A.I.N. 2018. Pengantar Kependudukan: Jilid I. CV. Sastra Utama, Denpasar.
- Marzuki, I., N.S. Vinolia., R. H. Arsi., E.P Ramdan., M.M.T. Simamarta., Y. Nirwanto., T. Karenina., A.N. Inayah., C. Wati., B. Adirianto., dan W.T. Ilhami. 2021. Budidaya Tanaman Sehat Secara Organik. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Massaglia, S., D. Borra., C. Peano., F. Sottile., dan V.M.Merlino. 2019. Consumer preference heterogeneity evaluation in fruit and vegetable purchasing decisions using the best–worst approach. Foods, 8(7) : 266.

- Mitcham. B., M. Cantwell., dan A. Kader. 1996. Methods for determining quality of fresh commodities. *Perishables Handling Quarterly* No. 85. Division of Agricultural and Natural Resources. University of California.
- Mohanraj, M., J.S. Kumar., dan A.T. Jaganathan. A Study on Customer Preference towards Online Shopping of Organic Food Products in Coimbatore District. *Indian Journal of Public Health Research & Development*, 11(4): 169-173.
- Mubin, A.M. 2014. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kemasan Sayuran Organik (Studi Kasus Produk Sayuran Organik di Setiabudhi Supermarket, Kota Bandung, Jawa Barat). Fakultas Pertanian. Universitas Padjadjaran. Skripsi.
- Mukhtar. S., & M. Nurif. 2015. Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 8(2):181-191.
- Nahraeni, W., A. Rahayu., dan A. Yusdiarti. 2017. Preferensi konsumen terhadap sayuran indijenes. *Jurnal Agribisains*, 2(2):32-40.
- Nahraeni. W., A. Yusdiarti., & E.G. Rahayu. 2018. Analisis preferensi konsumen terhadap sayuran katuk. *Jurnal Agribisains*, 3(2): 32-38.
- Nugroho, A. S. 2016. *E-Commerce : Teori dan Aplikasinya*. Ekuilibria, Yogyakarta.
- Nur'aini, H.I.M. 2019. *Mengenal Tanaman Hortikultura*. Penerbit Duta, Bandung.
- Nursalam. 2008. *Konsep dan Penerapan Metodologi Keperawatan: Pedoman Skripsi, Tesis, dan Instrumen Penelitian Keperawatan Edisi 2*. Salemba Medika, Jakarta.
- Organik Institut., Yayasan Alifa, dan Kombas.id. 2019. *Statistik Pertanian Organik Indonesia*. Aliansi Organik Indonesia, Bogor.
- Parnata. 2010. *Meningkatkan hasil panen dengan pupuk organik*. PT. Agromedia Pustaka, Jakarta Selatan.
- Patricia, E. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mengonsumsi Produk Sayuran Organik: Studi kasus pada warga Perumahan Sukun Permai Malang. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Thesis.
- Peraturan Daerah. 2019. Gambaran umum kondisi daerah. <<https://jdih.tangerangkab.go.id/apps/www/storage/document/PERDA%201%20TAHUN%202019%20LAMPIRAN%20BAB%20II.pdf>>. Diakses pada 2 Mei 2021.
- Pindyck, R.S., dan D.L. Rubinfeld. 2009. *Mikro Ekonomi: Edisi Kedelapan*. Erlangga, Jakarta.
- Prabowo, S.J. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik di Transmart Plaza Medan Fair. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi.
- Prestilia. 2012. *Optimasi Pengadaan Sayuran Organik (Studi Kasus di PT. Masa Organik Indonesia, Bogor)*. Fakultas Pertanian. Universitas Padjadjaran, Bandung. Thesis.

- Prio, W. 2019. Hubungan Terpaan Iklan TVC Bukalapak dan Tingkat Pendapatan Dengan Minat Bertransaksi di Bukalapak. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Diponegoro. Disertasi.
- Purwanto, B.H., S.N.H. Utami., D. Indradewa., dan E. Martono. 2020. Pertanian Organik: Solusi Pertanian Berkelanjutan. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Puspasari, E.D., M.Sarma., dan M. Najib. 2017. Preferensi konsumen dan strategi pemasaran produk puree bayam organik studi kasus di CV. Addin Abadi Bogor. *Journal of Agroindustrial Technology*, 27(2): 209-216.
- Rafiah, K. K. 2019. Analisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam berbelanja melalui *E-commerce* di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1):46-56.
- Rasmikayati. E.. B. R. Saefudin.. T. Karyani.. K. Kusno.. & R. Rizkiansyah. 2020. Analisis faktor dan tingkat kepuasan ditinjau dari kualitas produk dan pelayanan pada konsumen sayuran organik di Lotte Mart Kota Bandung. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1):351-364.
- Ratih. N. N. M.. D. Susilowati.. dan S. Hindarti. 2019. Analisis faktor-faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik (studi pada pelanggan super indo Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(4):1-9.
- Risdianto. A., H. N. Utami.. dan G. W. Mukti. 2017. Jaringan nilai dan sikap konsumen terhadap kualitas dan private label pada komoditas brokoli organik di Ritel Modern (suatu kasus di Lotte Mart Festival Citylink Bandung. Jawa Barat). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 4(2):125-136.
- Rizki, D. A., J.M. Munandar., dan M.S. Andrianto. 2013. Analisis persepsi konsumen dan strategi pemasaran beras analog (*analog rice*). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 4(2):144-162.
- Rizkiansah, T., D. Kurniati., dan Imelda. 2018. Analisis faktor-faktor pribadi dan psikologi pada proses keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Pontianak (studi kasus merek sayok kite). *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian*, 7(2):1-13.
- Rofiatin, U., dan H. F. Bariska. 2018. Pola *willingnes to pay* (WTP) dan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pilihan sayuran organik dan anorganik masyarakat Kota Malang. *Optima*, 2(1):18-26.
- Rohimah, E., L. Kustiyah., dan N. Hernawati. 2015. Pola konsumsi, status kesehatan dan hubungannya dengan status gizi dan perkembangan balita. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 10(2):93-100.
- Rohmah, S.M.F., I. Baroh., dan B.Y. Ariyadi. 2021. Analisis kepuasan konsumen sayur dalam sistem pembelian *online* di CV. Kira Ermina Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 5(1): 235-244
- Romindo., Muttaqin., D.H. Saputra., D.W. Purba., M.Iswahyudi., A.R. Banjarnahor., A.H.P. Kusuma., F. Effendy., O.K. Sulaiman., dan J. Simarmata. 2019. E-

Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. Yayasan Kita Menulis, Medan.

- Sakoikoi, J., dan S. H Priyanto. 2019. Determinan kepuasan belanja konsumen sayur online. *SOCA:Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 13(2):170-186.
- Saladin, D. 2005. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategi*. Agung Ilmu, Bandung.
- Sánchez, E.S., J.K. Harper., dan L.F. Kime. 2014. *Agricultural Alternatives: Organic Vegetable Production*. <<https://extension.psu.edu/>>. Diakses pada 18 Januari 2021.
- Santosa, P.B., dan M. Hamdani. 2007. *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Erlangga, Jakarta.
- Santoso, S. *Statistik Multivariat dengan SPSS*. 2017. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Saputra, A., dan C. Wongsosudono. 2017. Analisis pengaruh penerapan e-commerce dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Stie Ibbi*, 27(1):53-62.
- Sari, T. K., W. D. Sayekti., dan A. Soelaiman. 2017. Strategi pengembangan PT. sayuran siap saji di Desa Sukamanah Kecamatan Megamendung Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 5(2): 164-170
- Sasmaya, I., Y. Indriani., dan D.T. Gultom. 2019. Perilaku konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Tradisional Kota Metro. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(3):330-337.
- Sayurbox. 2021. <<https://www.sayurbox.com/>>. Diakses pada 5 Agustus 2021.
- Schneider, F., M. Stolze., A. Kriege-Steffen., J. Lohscheidt., and H. Boland. 2009. How can consumer trust in organic products be enhanced?. *Ethical Futures: Bioscience And Food Horizont* :271-276.
- Segari. 2021. <<https://segari.id>>. Diakses pada 5 Agustus 2021.
- Sekretariat Kabinet. 2021. <<https://setkab.go.id/hasil-sensus-penduduk-2020-bps-meski-lambat-ada-pergeseran-penduduk-antarpulau/>>. Diakses pada 23 Juli 2021.
- Sendewa., D.D., G. Elepu., dan A. Temu. 2016. Consumers' knowledge and preferences for organic vegetables in Tanzania. *Fifth RUFORUM Biennial Regional Conference*: 417-423.
- Sengkey, R., dan N.M. Tulung. 2017. IBM pemanfaatan *e-commerce* dalam memasarkan hasil-hasil pertanian. *Jurnal Teknik Elektro dan Komputer*, 6(3) : 111-116.
- Septiana, A. 2017. *Analisis Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*. Duta Media, Pamekasan.
- Sesa. 2021. <<https://sesa.id/>>. Diakses pada 5 Agustus 2021.

- Setiadi. N.J. 2010. *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*. Kencana, Jakarta.
- Shodiqi. M. A. 2018. Analisis Kesukaan Konsumen dan *Willingness To Pay* Terhadap Sayuran Organik di *Modern Trade* dan Pasar Komunitas. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Skripsi.
- Shopee. 2021. <https://shopee.co.id/toko_organik>. Diakses pada 5 Agustus 2021.
- Silitonga, J., dan Salman. 2014. Analisis permintaan konsumen terhadap sayuran organik di Pasar Modern Kota Pekanbaru. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 29(1): 79-86.
- Simamora, B. 2001. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Media Pustaka, Jakarta.
- Simamora, B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Stolz. H., I. Jahrl., L. Baumgart., and F. Schneider. 2010. Sensory experiences and expectations of organic food. Results of focus group discussions. *Ecropolis*.
- Sudarwati. S. 2014. *Profil dan Peluang Pengembangan Bahan Pangan Organik*. <http://perpustakaan.pertanian.go.id/repository_litbang/uploaded_files/BPTP_Jabar/52_Sri_Sudarwati.pdf>. Diakses pada 8 Juni 2021.
- Sudaryana, A. 2011. Perilaku konsumen dalam berbelanja pada supermarket di Yogyakarta. *Akmenika UPY*, 8:67-83.
- Sudiyarto dan N. Hanani. 2005. Analisis Daya Saing Buah Jeruk Lokal Terhadap Buah Jeruk Impor Melalui Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk. Seminar Nasional Hortikultura. Universitas Brawijaya. Malang
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suleman, D. 2018. Faktor penentu keputusan konsumen Indonesia memilih tempat belanja disebuah *e-commerce (theory of planned behavior)*. *Jurnal Doktor Manajemen*, 1:1-9.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Supriati. Y., dan E. Herlina. 2014. *15 Sayuran Organik Dalam Pot*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sutarni., T.B. Trisnanto., dan B. Unteawati. Preferensi konsumen terhadap atribut produk sayuran organik di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 17 (3): 203-211.
- Suwarman, U. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Bogor.

- Syukur. M. dan M. Melati. 2016. Pengembangan sayuran organik. <
https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/81971/1/20160624_Pengembangan%20Pertanian%20Organik%20%20MSY%20%26%20MME.pdf
>. Diakses pada 4 Juni 2021.
- Tarigan. R. 2020. Hubungan kesukaan dan kesediaan dengan konsumsi sayur dan buah pada remaja. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Imelda*, 6(1): 36-43.
- Tjiptoherijanto, P. 2001. Proyeksi penduduk, angkatan kerja, tenaga kerja, dan peran serikat pekerja dalam peningkatan kesejahteraan. *Majalah Perencanaan Pembangunan*, 23:1-10.
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Triana, D., dan W.O. Oktavianto. 2013. Relevansi kualifikasi kontraktor bidang teknik sipil terhadap kualitas pekerjaan proyek konstruksi di Provinsi Banten. *Fondasi: Jurnal Teknik Sipil*, 2(2): 182-190.
- Ulfah. M.. dan S. Sumardjo. 2017. Pengambilan keputusan inovasi pada adopter pertanian organik sayuran di Desa Ciputri. Pacet. Kabupaten Cianjur. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*, 1(2):209-222.
- Widyanita. F.A. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-Commerce* Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Pengguna Shopee. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Skripsi.
- Widyastuti. P. 2018. Kualitas dan harga sebagai variabel terpenting pada keputusan pembelian sayuran organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1):17-28.
- Yanti, R. 2005. *Aplikasi Teknologi Pertanian Organik: Penerapan Pertanian Organik oleh Petani Padi Sawah Desa Sukorejo Kabupaten Sragen, Jawa Tengah*. Universitas Indonesia. Tesis.
- Yasmin, T. R., W. D. Prastiwi., dan M. Handayani. 2017. Analisis konjoin preferensi konsumen sayuran hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1):85-93.
- Yurlisa, K., dan M.M. Susanti. 2018. *Sertifikasi Produk Pertanian Organik:Teori dan Praktiknya*. UB. Press, Malang.
- Yusuf, A.M. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana, Jakarta.
- Zakiah, V. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online di Shopee Perspektif Konsumen di Pondok Pesantren Modern El-Fira Purwokerto. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Skripsi.