

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R. 2014. Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Produk Healthy Food Beras Merah Pulen di Serambi Botani, Botani Square, Bogor. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Skripsi).
- Afifah, N. 2013. Uji *Salmonella-shigella* pada telur ayam yang disimpan pada suhu dan waktu yang berbeda. *J. Ilmiah Edu Research*. **2** (1) : 35 – 46.
- Afriani,, I., A. Mardiyah dan Supriyadi. 2019. Faktor-faktor kesiediaan untuk membayar beras kemasan pada pasar swalayan. *J. Pertanian Terapan*. **19** (2) : 133 – 140.
- Aufanada., T. Ekowati dan W. D. Prastiwi. 2018. Kesiediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap produk sayur organik di pasar modern Jakarta Selatan. *J. Agraris*. **3** (2): 1 – 18.
- Badan Kordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). 2001. Indikator Kesejahteraan Keluarga. BKKBN, Jakarta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2012. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.03.1.33.12.12.8915 Tahun 2012 tentang Penerapan Pedoman Cara Pembuatan Obat yang Baik. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Kota Semarang dalam Angka 2015. Semarang.
- Bishop, K. C dan Timmins. 2019. Estimating the marginal willingness to pay function without instrumental variables. *J. Urban Economics*.**109** (1): 66–83.
- Buchori, A dan D. Saladin. 2010. Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). CV. Linda Karya, Bandung.
- Candra, R dan D. Sucita. 2015. Sistem pakar penentuan jenis plastik berdasarkan sifat plastik terhadap makanan yang akan dikemas menggunakan metode *certainty factor* (studi kasus : CV. Minapack Pekanbaru). *J. CoreIT*. **1** (2) : 77 – 84.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2009. Profil Kesehatan Indonesia. Departemen Republik Indonesia, Jakarta.
- Deserama. 2010. Peranan penyuluhan pertanian terhadap pendapatan petani yang menerapkan sistem tanam Jajar Legowo. *J. Agrisitem*. **7** (2) : 91-93.
- Diana, F. M. 2013. Omega 3 Dan Kecerdasan Anak. *J.Kesehatan Masyarakat*. **7** (2): 82–88.

- Dwirachmawati, M dan Saino. 2014. Pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap keputusan pembelian produk di Hypermart Ponorogo City Center. **2** (2) : 1 – 13.
- Dwi, P. I. M dan Y. N. Nyoman. 2020. *Factors affecting the purchase of local agricultural commodities*. *J. Agriculture*. **5** (101) : 47 – 57.
- Eka, O., R. Wibowo dan Mustapit. 2019. Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) produk telur organik srikandi di Kabupaten Jember. Prosiding. Universitas Jember.
- Fadilah, R dan Fatkhuroji. 2013. Memaksimalkan Produksi Ayam Ras Petelur. PT AgroMedia Pustaka, Jakarta.
- Fakhrusy. 2018. Fibrilasi selulosa bambu ampel (*Bambusa vulgaris*). *J. Menara Ilmu*. **12** (79): 227 – 230.
- Febrita, C. 2017. Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) beras organik (studi kasus: Gelael Signature di Kota Makassar). Universitas Hasanudin, Makasar. (Skripsi).
- Ferrell, O. C dan Hartline, M. 2011. *Marketing Strategy 5ed*. South Western: Thompson Learning
- Fernandez, A. M. 2020. Price sensitivity versus ethical consumption: a study of millennial utilitarian consumer behavior. *J. Marketing Analytics*. **8** (1): 57–68.
- Firdaus, M. Dan M. A. Farid. 2008. Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis. IPB Press, Bogor.
- Fitriani, E. 2012. Pola kebiasaan makan orang lanjut usia (Studi kasus: penderita penyakit hipertensi Sukubangsa Minangkabau di Jakarta). *J. Humanus*. **11** (2) : 134 – 144.
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Hamzoui, L. dan M. Zahaf. 2012. *Canadian Organic Food Consumers' Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*. **24** (1) : 1 – 21
- Hanifawati, T., A. Suryantini dan J. H. Mulyo. 2017. Pengaruh atribut kemasan makanan dan karakteristik konsumen terhadap pembelian. *J. Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*. **6** (1) : 72 – 85.

- Hantoro, M. R dan B. Mardiono. 2018. Eksplorasi desain kemasan berbahan bambu sebagai produk oleh-oleh premium dengan studi kasus produk makanan UKM Purnama Jati Jember. *J. SAINS dan SENI ITS*. **7** (1): 1 – 4.
- Harminingtyas, R. 2013. Analisis fungsi kemasan produk melalui model *view* dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk rokok kretek merek Dji Sam Soe di Kota Semarang. *J. STEI Semarang*. **5** (2): 1 – 18.
- Hidayati, N. 2013. Analisis *Willingnes To Pay* untuk Sayuran Organik di Toko All Fresh Bogor. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Skripsi).
- Hidayat, C dan Asmarasari. 2015. Native Chicken Production in Indonesia: A Review. *J. Peternakan Indonesia*. **17** (1): 1–11.
- Ikasari, M. D., P. Deoranto., R. Silalahi., dan A. D. P. Citraresmi. 2016. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian beras organik. *J. Teknologi Pertanian*. **17** (1) : 69 – 78.
- Johnson, A. M., Bandyopadhyay dan Manyong. 2020. Willingness to pay of Nigerian poultry producers and feed millers for aflatoxin-safe maize. *J. Agribusiness*, **36** (1): 299–317.
- Khalik, M dan Permatasari. 2018. Pengaruh motivasi pembelian dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian di Distro Overtoun Malang. *J. Aplikasi Bisnis*. **4** (2): 419 – 422.
- Kotler. 1995. *Marketing* Jilid II. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Erlangga, Jakarta.
- Krystallis, A. dan G. Chryssohoidis. 2005. Consumers' willingness to pay for organic food. *British Food Journal* **107**(5) : 320 – 343.
- Ladiyance, S dan Yuliana. 2014. Variabel-variabel yang mempengaruhi kesediaan membayar (*willingness to pay*) masyarakat Bidaracina, Jatinegara, Jakarta Timur. **2** (2) : 41 – 47.
- Latumahina, G. dan N. Anastasia. 2014. Kesediaan untuk membayar pada Green Residential. *J. FINESTA*. **2** (1): 82 – 86.

- Lemeshow, S dan P. S. Levy. 1997. *Sampling of Populations Methods and Application*. Wiley Publisher, New Jersey.
- Levy, M. 2012. *Retailing Mangement 8th edition*. New York : Mc. Graw Hill/Irwin.
- Lumba, M. G. 2019. Peran *brand love* terhadap *brand loyalty* dan *willingness to pay premium price* pada pembeli iphone di Surabaya. *J. Agora*. **7** (1): 1 – 7.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metode Penelitian*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Pramudiana, D. 2017. Perubahan perilaku konsumtif masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern. *J. Asketik*. **1** (1): 35–43.
- Priambodo, L. H. Dan M. Najib. 2014. Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) sayur organik dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *J. Manajemen dan Organisasi*. **5** (1) : 1 – 14.
- Pusparini, A. 2014. Perilaku konsumen dalam pembelian telur ayam kampung di Malang. Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya. (Thesis).
- Rahayu, D. A., T. D. Hapsari., dan J. Adam. 2017. Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) beras cerdas CV AN-Nahlah di Kabupaten Jember. *JSEP*. **10** (1): 17 - 30.
- Saly, J., Lupu, I., Wuri & Detha. 2016. Disimpan pada suhu ruang dan suhu lemari pendingin ditinjau dari tinggi kantung hawa , indeks kuning telur , indeks albumin , haugh unit dan total plate count (tpc) the comparison of local chicken egg quality which stored at room temperature and refrige. *J. Veteriner*. **1** (1): 46–52.
- Sriwaranun, Y., C. Gan.,L. Minsoo., dan D. A. Cohen. 2015. Consumers' willingness to pay for organic products in Thailand. *J. International of Social Economics*. **42** (5) : 480 – 510.
- Suardika, I. P., I. G. A. Ambarwati., I. P. Sukaatmadja. Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik CV. Golden Leaf Farm Bali. *J. Manajemen Agribisnis*. **2** (2) : 1 – 10.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suharjo, B. 2008. *Analisis Regresi Terapan dengan SPSS*. Graha Ilmu, Yogyakarta.

- Sumarwan, U. 2015. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sutojo, S. 2010. Manajemen Pemasaran Edisi Kedua. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Tooy, S. 2015. Analisis perbedaan perilaku *impulse buying* konsumen laki-laki dan perempuan berdasarkan proses afektif dan kognitif. J. Riset Bisnis dan Manajemen. **3** (2) : 1 – 16.
- Utami, D. P. 2011. Analisis pilihan konsumen dalam mengkonsumsi beras organik di Kabupaten Sragen. J. Mediagro. **7** (1) : 41 – 58.
- Yang, Y. C. (2018). Factors affecting consumers' willingness to pay for animal welfare eggs in Taiwan. International Food and Agribusiness Management Review, 21(6), 741–754.
- Yuniati, H dan Almasyhuri. 2012. Kandungan vitamin B6, B9, B12 dan E beberapa jenis daging, telur, ikan dan udang laut di Bogor dan sekitarnya (Vitamin B6, B9, B12 and E content of several types of meats, eggs, fishes and marine shrimps in Bogor and surrounding areas). Panel Gizi Makanan. **35** (1): 78–89.
- Yuningsih, L. 2016. Analisis *Willingness to Pay* Beras Pandanwangi Organik. Institut Pertanian Bogor, Bogor. (Skripsi)
- Yasin, A. Z. F. 2002. Masa Depan Agribisnis Riau. UR. Press, Pekanbaru.
- Yunus, I. W., B. Siswadi dan F. Syakir. 2019. Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) sayuran organik dan faktor yang mempengaruhi di Kota Malang. J. Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. **7** (4): 1 – 8.
- Zulaicha, S dan R. Irawati. 2016. Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Morning Bakery Batam. J. Inovasi dan Bisnis. **4** (2): 125 -136.