

## DAFTAR PUSTAKA

- Aertsens, J., K. Mondelaers, W. Verbeke, J. Buysse, dan G. Van Huylenbroeck. 2011. *The influence of subjective and objective knowledge on attitude, motivations and consumption of organic food*. *British Food Journal*. 113(11) : 1353-1378.
- Aliansi Organik Indonesia. 2020. *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2019*. Aliansi Organik Indonesia, Bogor.
- Alma, B. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Keenam. Alfabeta, Bandung.
- Arianty, N. 2013. Analisis perbedaan pasar modern dan pasar tradisional ditinjau dari strategi tata letak (lay out) dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan posisi tawar pasar tradisional. *J. Manajemen & Bisnis*. 13(1) : 18-29.
- Astuti, E. P., Masyhuri., dan J. H. Mulyo. 2019. Analisis sikap konsumen pasar swalayan terhadap sayuran organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 3 (1): 183-194.
- Aufanda, V., T. Ekowati., dan W. D. Prastiwi. 2017. Ketersediaan membayar produk sayuran organik di pasar modern Jakarta Selatan. *Journal of Agribusiness and Rural Development Research*. 3 (2): 67-75.
- Ayuningsasi, A. A. K. 2010. Analisis persepsi pedagang dan pembeli sebelum dan sesudah program revitalisasi pasar tradisional di Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*. 16(2) : 165-173.
- Bappeda Kota Semarang. 2020. *Masterplan Pengembangan Pola Perpasaran Kota Semarang*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Semarang, Semarang.
- 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.
- Dessyana, C. J. 2013. *Store atmosphere* pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal EMBA*. 1 (30): 844-852.
- Devi, S., dan G. Hartono. 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik. *Jurnal Ilmu Pertanian*. 27 (1): 60-67.
- Eka, F., M. S. Fadila, dan H. Sri. 2018. Analisis usahatani bayam jepang (*spinacia oleracea* linn) di kelompok tani rst Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Karya Ilmiah Mahasiswa*.

- Engel, J. F., R. D. Blackwell, dan P. W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen Jilid I Edisi ke-6*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Faradiba, S. R. T. A. 2013. Analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. 3(2) : 1-10.
- Fauzi, M. I. dan Yuliawati. 2020. Perilaku konsumen dalam membeli sayuran organik pada sayur organik merbabu (studi kasus Yogyakarta). *JEPA*. 4(4) : 752-762.
- Febianti, Y. N. 2014. Permintaan dalam Ekonomi Mikro. *J. Edunomic*. 2(1) 15-24.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hosmer, D. W., dan S. Lemeshow. 2000. *Applied Logistic Regression*. John Wiley and Sons, New York.
- Indriani dan A. Widiyatmoko. 2020. *Pasar Tradisional*. Alprin, Semarang.
- Izza, N. 2010. Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional. Studi Pengaruh Ambarukmo Plaza Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta.
- Junaedi, M. F. S. 2006. Pengembangan model perilaku konsumen berwawasan lingkungan di Indonesia: studi perbandingan kota metropolitan dan non metropolitan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. 21 (4): 399-419.
- Khorniawati, M. 2014. Produk Pertanian organik di Indonesia: tinjauan atas preferensi konsumen Indonesia terhadap produk pertanian organik lokal. *Jurnal Studi Manajemen*. 8 (2): 171 – 182.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT Indeks, Jakarta.
- Magistris, T. D., dan A. Gracia. 2008. The Decision to *buy organic food products in Southern Italy*. *British Food Journal* 110 (9): 929-947.
- Malano, H. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Masni, Y. 2014. Analisis Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Makassar. Jurusan Ilmu Ekonomi

- Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin, Makassar. (Skripsi).
- Mayrowani, H. 2012. Pengembangan pertanian organik di Indonesia. Forum Penelitian Agro Ekonomi **30** (2): 91-108.
- Mowen J., dan M. Michael. 2002. Perilaku Konsumen Jilid I. Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.
- Muhaimin, A. W. 2010. Perilaku konsumen dalam pembelian teh rosela merah di Kota Malang. J. Agritek. 18(2) : 176-184.
- Mujahidah, K. 2013. Analisis faktor dan progres pengambilan keputusan pembelian sayuran organik di Yogya Bogor Junction. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. (Skripsi).
- Novandari, W. 2011. Analisis motif pembelian dan profil perilaku “*green product customer*” (Studi pada konsumen produk pangan organik di Purwokerto). Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi. **13** (1): 9-16.
- Nugroho, K. 2009. Pemenuhan Kebutuhan Biaya Hidup Minimum Rumah Tangga Pekerja Pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk Padalarang Kabupaten Bandung. Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya Malang. (Skripsi).
- Nunnally, J. C., & I. H. Bernstein. 1994. *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill, New York.
- Pesik, A., J. Baroleh, dan R. Kaunang. 2016. Pola alokasi waktu dan kontribusi pendapatan perempuan pedagang sayuran di Pasar Pinasungkulan Karombasan Manado. J. Agri Sosio Ekonomi. **3** (12): 65-76.
- Pracaya dan J. G. Kartika. 2016. Bertanam 8 Sayuran Organik. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Priambodo, L. H. dan M. Najib. 2016. Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) sayuran organik dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. J. Manajemen dan Organisasi. 5(1) : 1-14.
- Putra, Y. A. 2017. *Analysis of affecting factors which influence the purchase of organic vegetables in Medan city. Journal of Agribusiness Sciences*. **1** (1): 42-48.
- Rasmikayati, E., B. R. Saefudin, T. Karyani, K. Kusno, dan R. Rizkiansyah. 2020. Analisis faktor dan tingkat kepuasan ditinjau dari kualitas produk dan pelayanan pada konsumen sayuran organik di Lotte Mart Kota Bandung. J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis. 6(1) : 351-364.
- Rasmikayati, E., E. Djuwendah, B. R. Saefudin, N. Syamsiyah, dan A. Ridhatillah. 2020. Kajian pemasaran relasional bayam jepang (horenso)

- organik di inagreen farm, dilema antara harapan dan kenyataan. *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 6(1): 365-376.
- Rasmikayati, E., I. Setiawan, dan B. R. Saefudin. 2017. Kajian karakteristik, perilaku dan faktor pendorong petani muda terlibat dalam agribisnis pada era pasar global. *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 3(2) : 134-149.
- Riska, I. Y. 2012. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Kabupaten Kudus. Program Sarjana Jurusan Pertanian. Universitas Sebelas Maret. (Skripsi).
- Rodriguez, E., V. Lacaze., & B. Lupin. (2007). willingness to pay for organic food in Argentina: evidence from a consumer survey. 105th EAAE Seminar 'International Marketing and International Trade of Quality Food Products'. Bologna, Italy.
- Sadeli, A. H. dan H. N. Utami. 2013. Sikap konsumen terhadap atribut produk untuk mengukur daya saing produk jeruk. *J. Trikonomika*. 12(1) : 61–71.
- Sagala, E., M., B. Setiawan, dan R. Isaskar. 2018. Pengaruh atmospherics stimuli terhadap minat beli konsumen buah-buahan (studi kasus di Istana Buah Blimbing, Malang). *J. Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 2(2) : 85-93.
- Setiadi, J. N. 2008. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana, Jakarta.
- Shanti, S. I. 2007. Analisis Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Ritel Modern (Kasus Konsumen Giant Botani Square Bogor). Program Sarjana Jurusan Manajemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor. (Skripsi).
- Simamora, B. 2008. Panduan Riset Perilaku Konsumen Cetakan Ketiga. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sriwaranun, Y., C. Gan, L. Minsoo, dan D. A. Cohen. 2015. *Consumers' willingness to pay for organic products in Thailand*. *International Journal of Social Economics*. 42(5) : 480–510.
- Suardika, I. M. P., I. G. G. A. Ambarwati., dan I. P. Sukaatmaja. 2014. Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayu organik CV Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Management Agribisnis*. 2 (1): 1-10.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D). Alfabeta, Bandung.
- Sukmaningrum, A., dan A. Imron. 2017. Memanfaatkan usia produktif dengan usaha kreatif industri pembuatan kaos pada remaja di Gresik. *Paradigma*. 5 (3): 1-6.

- Sumarni, M. dan J. Soeprihanto. 2005. Pengantar Bisnis. Liberty Offset, Yogyakarta.
- Sumarwan, U. 2003. Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasinya. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sumawarman, U. 2011. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Susilawati, Maria, dan B. Nuswantara. 2013. Kajian Keberlanjutan Usahatani Sayuran Organik dalam Aspek Ekonomi. Prosiding Seminar Nasional Pertanian Organik: Solusi Mewujudkan Produksi Pangan yang Aman dan Ramah Lingkungan serta Meningkatkan Pendapatan Petani. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta 28-29 Agustus 2013.
- Susilo, A. dan Taufik. 2010. Dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel koperasi/wasera dan pasar tradisional. J. Sosial dan Budaya. 3(2) : 1-9.
- Swastha, B. 2007. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty Offset, Yogyakarta.
- Tangkulung, C. M., L. R. J. Pangemanan., dan C. R. Ngangi. 2015. Analisis kepuasan konsumen terhadap atribut sayuran organik di Hypermart Manado. Jurnal Ilmu Pertanian 6 (14): 1-25.
- Teme, Y. V. 2006. Analisis Pola Konsumsi Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kota Bogor (Kasus Jeruk Medan dan Jeruk Mandarin). Program Sarjana Jurusan Manajemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor. (Skripsi)
- Tjiptono, F. 2013. Strategi Pemasaran. Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, H. 2000. Metodologi Penelitian. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Utami, R. P. dan H. Saputra. 2017. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di Pasar Sambas Medan. J. Niagawan 6(2) : 44-53.
- Widiyanto, I. 2008. Pointers Metodologi Penelitian. CV Dikalia, Semarang.
- Widyastuti, P. 2018. Kualitas dan harga sebagai variabel terpenting pada keputusan pembelian sayur organik. J. Bisnis dan Manajemen 2 (1): 17-28.
- Yasmin, T.R., W. D. Prastiwi, dan M. Handayani. 2017. Analisis konjoin preferensi konsumen sayuran hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. 1 (1): 85-93.
- Yolandika, C., R. Nurmalina, dan Suharno. 2017. Analisis nilai tambah brokoli kemasan cv. Yan's fruits and vegetable di Kecamatan Lembang Bandung Barat. JoFSA. 1(1) : 30-37.
- Zepri, Z. Z. 2009. Analisis Karakteristik dan Perilaku Konsumen Sayuran Organik (Studi Kasus di HERO Supermarket Plaza Senayan, Jakarta Pusat).

Program Studi Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. (Skripsi).

Zulkarnain. 2009. Dasar-Dasar Hortikultura. Bumi Aksara, Jakarta.