

## DAFTAR PUSTAKA

- Aan. 2007. *Konsumsi Buah Penduduk Indonesia*. *Www. Kompas Cybermedia. Com. Index.html*.
- Antara. 2017. Buah Impor Dilarang Masuk Adisujipto Yogyakarta [internet].[diakses 29 Juli 2017]. Tersedia pada:<http://semarang.bisnis.com/read/20170221/14/92268/buahimpordilarang-masuk-adisutjipto-yogyakarta>.
- Astiana. 2008. *Perilaku Konsumen*. PT Indeks. Jakarta.
- BPS. 2015. Jumlah Penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta. Badan Pusat Statistik. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2017. Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta Menurut Jenis Kelamin Tahun 2013-2016. Badan Pusat Statistik. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2017. Penduduk Kota Yogyakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2016. Badan Pusat Statistik. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2017. Presentase Keadaan Penduduk Kota Yogyakarta Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2016.
- \_\_\_\_\_. 2017. Keadaan Penduduk Kota Yogyakarta Menurut Mata Pencarian.
- BPS Indonesia. 2016. Statistik Perdagangan Luar Negeri (Import). Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Darmawan. 2013. Motivasi Konsumen Dalam Pembelian Buah Lokal dan Buah Impor Pada Supermarket Robinson Plaza Andalas Kota Padang. *Vol. 1 number 12, September 2013*. <http://repository.unand.ac.id/20142/1/Analisis%20Perilaku%20Konsumen/vol.1/no.12/.pdf/http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/6845> (Diakses pada 24 juli 2016).
- Devi, S. R. M., & Hartono, G. (2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik Di Salatiga. *Agric*, 27(1), 60-67. <http://ejournal.uksw.edu/agric/article/view/217> (Diakses pada 30 Jul 2017 21:20)
- [DJTPH] Direktorat Jenderal Tanaman Pangan dan Hortikultura. 2016. Statistik Produksi Hortikultura Tahun 2015. Departemen Pertanian. Jakarta

- Eliza, Sayamar, E. dan Kaswita, C.2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Di Pasar Arengka (Pasar Tradisional dan Giant Hypermart) (Pasar Moderen) Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*. Vol. 2 No.1.
- Ghoni.A & Bodroastuti.T. 2012. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pembelian Rumah di Perumahan Griya utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Akuntansi*. Vol 1, No.1,2012, [1-23].
- Handoko, Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, Edisi Ketujuh*. BPEF. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu. 2007. *Organisasi dan Motivasi*. Bumi aksara. Jakarta.
- Irawan, Wijaya, Sudjoni. 1996. *Pemasaran Prinsip dan Kasus Edisi 2*. BPF. Yogyakarta.
- Kementrian Pertanian. 2017. *Volume Impor Buah Jeruk Tahun 2012*. Jakarta (ID): Kementrian Pertanian.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Kedelapan Jilid 2*. Erlangga. Jakarta.
- Maslow, Abraham. 2006. *On Dominance, Self Esteem and Self Actualization*, Ann Kaplan: *Maurice Basse*. Diakses pada tanggal 18 Maret 2013 dari [http://Abraham\\_Maslow.htm](http://Abraham_Maslow.htm).
- Maulana, Wahyu Wira. 2013. *Motivasi konsumen dalam mengkonsumsi susu sapi murni di warung "Marko Milk" dan "Julia Gizi"*. Perpusatakaan Fakultas Pertanian UMY. Yogyakarta.
- Mital, B.K, and K.H. Steinkurus, 1975. Utilization of oligosacharides by LAB during fermentation of soymilk. *Journal of Food Science* 40: 114-118.
- Nazir. 2007. *Metode Penelitian Sosial*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Pusat Kajian Buah. 2016. *Kandungan Vitamin dan Zat Mineral Buah Jeruk Tahun 2015*. Jakarta.
- Pusat Kajian Buah Tropika. 2016. *Perkiraan Konsumsi Buah di Indonesia Tahun 2014-2015*. Bogor (ID): LPPM IPB.

- Putra, Dody Wijaya. 2015. *Motivasi Konsumen mempengaruhi frekuensi pembelian kopi di kedai kopi Kota Yogyakarta*. Perpustakaan Fakultas Pertanian UMY. Yogyakarta.
- Rajagukguk, M. J., Sayekti, W. D., & Situmorang, S. (2013). Sikap dan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli buah jeruk lokal dan jeruk impor di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 1(4), 351-357. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/viewFile/713/655> (Diakses pada 30 Jul 2017 21:50)
- Sadeli AH, Utami HN. 2013. Sikap konsumen terhadap Faktor Motivasi produk untuk mengukur daya saing produk jeruk. *Trikonomika*. 12(1): 61-71.
- Sadeli. H.A dan Utami. N.H. 2012. "Motivasi, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen terhadap Atribut Komoditas Apel Lokal dan Apel Impor : Studi Kasus pada Konsumen buah Apel Lokal dan Apel Impor di Wilayah Kota Bandung". *Jurnal Sosiohumaniora*. Vol 14, No. 2, Juli 2012, [ 142-154].
- Schiffman, Leo G. dan Lesie Lazar Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks. Jakarta.
- Setiawan, & Nuddin Harahab. (2013). Analisis Motivasi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Olahan Seafood di Malang. *Jurnal ESCOFim*, 1(1), 235-336. <http://ecsofim.ub.ac.id/index.php/ecsofim/article/downloadSuppFile/17/7>. (Diakses pada 24 juli 2017)
- Sigit, Soehardi. 2001. *Pemasaran Praktis, Edisi Ketiga*. BPFE. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Rajagukguk, M. J., Sayekti, W. D., dan Situmorang, S. 2013. Sikap Dan Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal Dan Jeruk Impor Di Bandar Lampung. *JIIA*. Vol.1 No.4.
- Theressa, D., & Lianto, G. G. (2014). Analisa Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kuliner Malam Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(1), 328-344. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemenperhotelan/article/view/1483/0> (Diakses pada 7 Jul 2017 16:20:45 GMT)