

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliansi Organik Indonesia (AOI). 2016. Produsen dan Produk Organik Bersertifikat Meningkatkan. Dalam <http://www.organicindonesia.org/web2/0804-beritatext-isi.php?id=359#.VUoayotmkp> [Diperoleh pada tanggal 12 Maret 2018 pukul 14:25 WIB]
- Badan Standardisasi Nasional. 2016. Sistem Pertanian Organik. SNI 6729:2016.
- Balai Penelitian Tanaman Sayuran. 2015. Manfaat Sayuran Organik Bagi Kesehatan. <http://balitsa.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php/berita-terbaru/430-manfaat-sayuran-organik.html> [Diperoleh pada tanggal 12 Maret 2018 pukul 15:03 WIB]
- Bargumono (2016). Pertanian Organik Solusi Alternatif Pertanian. Yogyakarta: Global Pustaka Utama.
- Dasipah, E., Budiyono, H., & Julaeni, M. (2010). Analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk sayuran di pasar modern kota bekasi. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 1(2), 24-37.
- Devi, S. R. M., & Hartono, G. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayuran Organik. *Agric*, 27(1), 60-67.
- Diningrat, R. A. (2014). Ketergantungan Kota Baru Kota Harapan Indah terhadap Kota Jakarta dan Wilayah Sekitarnya (The Dependency of Kota Harapan Indah New Town to the Core City of Jakarta and Its Surrounding Areas). *Journal of Regional and City Planning*, 25(3), 192-212. <http://dx.doi.org/10.5614%2Fjpwk.2015.25.3.2>
- Direktorat Jenderal Tanaman Pangan Kementerian Pertanian. 2016. Petunjuk Teknis Fasilitasi Sertifikasi Pertanian Organik. Diakses melalui: [http://tanamanpangan.pertanian.go.id/assets/front/uploads/document/PETU\\_NJUK%20TEKNIS%20ORGANIK\\_2016\\_EDIT%2010%20Feb%202016-hamdan.pdf](http://tanamanpangan.pertanian.go.id/assets/front/uploads/document/PETU_NJUK%20TEKNIS%20ORGANIK_2016_EDIT%2010%20Feb%202016-hamdan.pdf) [Diperoleh pada tanggal 12 Maret 2018 pukul 14:15 WIB]
- Fazrina, R., Marsaulina, I., & Naria, E. (2013). Hubungan Karakteristik dan Pengetahuan Tentang Lingkungan Sehat dengan Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayuran Organik di Carrefour Plaza Medan Fair Tahun 2013. *Lingkungan dan Kesehatan Kerja*, 2(3).
- Haliana, N. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam pengambilan keputusan Pembelian produk mie instan merek indomie.
- Halim, E. S. (2014). PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK THE CAPITAL (Doctoral dissertation).
- Herawati, N. K., Hendrani, J., & Nugraheni, S. (2014). Viabilitas Pertanian Organik Dibandingkan dengan Pertanian Konvensional. *Research Report-Humanities and Social Science*, 2.

- IFOAM. 2008. The World of Organic Agriculture – Statistics & Emerging Trends 2008. [Diperoleh pada tanggal 23 Maret 2018 pukul 10:47 WIB]
- Januarti, R., Fauzia, L., & Kusuma, S. I. (2015). Analisis Keputusan Konsumen Membeli Buah di Pasar Midern di Kota Medan (Studi Kasus: Swalayan/supermarket di Kecamatan Medan Sunggal). *JOURNAL ON SOCIAL ECONOMIC OF AGRICULTURE AND AGRIBUSINESS*, 4(9).
- Kotler, Phillip., Armstrong, Gary (1999). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip., Keller, L., Kevin (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mayrowani, H. (2016, August). Pengembangan pertanian organik di Indonesia. In *Forum Penelitian Agro Ekonomi* (Vol. 30, No. 2, pp. 91-108).
- Mizfar, F., & Sinaga, A. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI INSTAN. *Jurnal SEPA (Social Economic and Agribusiness Journal)*, 11(2), 175-180.
- Muljaningsih, S. (2011). Preferensi konsumen dan produsen produk organik di Indonesia. *WACANA, Jurnal Sosial dan Humaniora*, 14(4), 1-5.
- Nugroho, Kemal. 2009. *Pemenuhan Kebutuhan Biaya Hidup Minimum Rumah Tangga Pekerja Pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk Padalarang Kabupaten Bandung*. Skripsi S1. Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya Malang
- Pandin, M. L. (2009). Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern. *Economic Review*, 215, 1-12.
- Purba, E. B., Ginting, R., & Lubis, S. N. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional di Kota Medan). *JOURNAL ON SOCIAL ECONOMIC OF AGRICULTURE AND AGRIBUSINESS*, 3(2).
- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen*. Prenada Media. Jakarta
- Setiasih, Dani Panca. . “Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap Dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah (Study Kasus Pada Dosen Fakultas Syariah Iain Walisongo Semarang)”. Skripsi. Semarang: Program Sarjana Fakultas Syariah“ah. IAIN Walisongo Semarang.
- Shaharudin MR, Pani JJ, Mansor SW, Elias SJ. 2010. Factors affecting purchase intention of organic food in Malaysia's Kedah state. *Cross-cultural communication journal*. 6:105-116.
- Siagian, A. (2002). *Pelabelan Pangan*. Pelabelan Pangan.
- Silitonga, J., & Salman, S. (2017). Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Pekanbaru. *Dinamika Pertanian*, 29(1), 79-86.

- Situs Hijau Indonesia. 2012. Pertanian Organik Menghijaukan Indonesia dan Dunia. <http://www.hijauku.com/2012/02/08/pertanian-organik-menghijaukan-indonesia-dan-dunia/> [Diperoleh pada tanggal 23 Maret 2018 pukul 11:33 WIB]
- Sriyanto, S. (2010). Panen Duit dari Bisnis Padi Organik. Jakarta: PT AgroMedia Pustaka
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi II*. Ghalia Indonesia, Bogo
- Yamin, S., Rachmach, L. A., & Kurniawan, H. (2011). Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda. *Jakarta: Salemba Empat, 50*.