

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, M. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F 150 Pada PT. Sinar Galesong Pratama Di Makassar*. (Skripsi). Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Aliansi Organik Indonesia. (2016). *Statistik Pertanian organik Indonesia 2019*. Bogor (ID): Aliansi Organik Indonesia.
- Boccia, F., & Tohidi, A. (2024). *Analysis of green word-of-mouth advertising behavior of organic food consumers*. *Appetite*, 198, 107324. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2024.107324>
- BPS. (2022). *Jumlah Penduduk Provinsi Jawa Barat Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020-2022*. Obtenido de Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat: <https://jabar.bps.go.id/indicator/12/31/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-barat-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kelamin.html>
- Cleveland, M., Papadopoulos, N., & Laroche, M. (2011). Identity, demographics, and consumer behaviors: International market segmentation across product categories. *International Marketing Review*, 28(3), 244-266.
- Damaledo, C. C. L., Fanggidae, A. H., Salean, D. Y., & Bunga, M. (2023). Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kopi Merek Kapal Api Di Kota Kupang. *Glory Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 4(4), 845-855.
- Darsono, N., Yahya, A., Muzammil, A., Musnadi, S., Anwar, C., & Irawati, W. (2019, January). Consumer actual purchase behavior for organic products in Aceh, Indonesia. In 1st Aceh Global Conference (AGC 2018) (pp. 265-275). Atlantis Press.
- Dewa Made Aris. (2015). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar*. Tesis. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- David, W., & Ardiansyah. (2017). Perceptions of young consumers toward organic food in Indonesia. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 13(4), 315-324.
- Efendi, E. (2016). Implementasi Sistem Pertanian Berkelanjutan dalam Mendukung Produksi Pertanian. *Jurnal Warta*, 47, 1689–1699.
- Fahmi, I., & Hamdani, H. (2023). Differences in Consumer Attitudes in the Decision to Purchase Toyota Brand Cars and Honda Brand Cars in Banda Aceh City. *Indonesian Journal Economic Review (IJER)*, 3(2), 63-71.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Penerbit Deepublish.

- Gundala, R. R., & Singh, A. (2021). What motivates consumers to buy organic foods? Results of an empirical study in the United States. *PloS one*, 16(9), e0257288. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257288>
- Hardyanti, P. I. (2022). Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Sayuran Organik di Kabupaten Garut. *Jurnal Agristan*, 4(2), 170–180.
- Hasanah, S. N., & Yanuar, R. (2024). *Willingness To Pay Generasi Muda Terhadap Sayuran Organik di Wilayah Bogor dan Tasikmalaya*. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 175–189
- IFOAM, G. A. (2008). Definition Of Organic Agriculture. Obtenido de IFOAM Organics International: <https://www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic>
- İlter, B., & Yılmaz, B. S. (2016). Understanding determinants of organic food consumption: Turkey example. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 12(4).
- Irwansyah, R. L. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Jakubowska, D., Grzywińska-Rapca, M., & Grzybowska-Brzezińska, M. (2024). Why Do Consumers Buy Organic? Exploring Motivations and Socio-Economic Patterns. *Agriculture*, 15(1), 50.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2023). *Angka tetap hortikultura tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2023). *Buku ATAP Hortikultura 2023*. Direktorat Jenderal Hortikultura, Kementerian Pertanian RI
- Kotler, P. (2000). *Manajemen pemasaran* (Jilid 2, Edisi Milenium). Jakarta: Prenhallindo.
- Lamonaca, e. A. (2022). Consumer Perception Of Attributes Of Organic Food In Italy: A CUB Model Study. *Heliyon* 8 (2022) e09007, 1-13.
- Mauludin, W. A. (2024). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Pasar Modern Plaza Asia Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 11(3), 1340–1353.
- Malissiova, K. T. (2022). Organic Food: A Study Consumer Perception And Preference In Greece. *Applied Food Research* 2 (2022) 100129, 1-7.
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Nagy, S., & Molnárné, C. K. (2022). The effects of Hofstede's cultural dimensions on pro-environmental behaviour: how culture influences environmentally conscious behaviour. arXiv preprint arXiv:2301.04609.

- Najib, M., Sumarwan, U., Septiani, S., Waibel, H., Suhartanto, D., & Fahma, F. (2022). Individual and socio-cultural factors as driving forces of the purchase intention for organic food by middle class consumers in Indonesia. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 34(3), 320-341.
- Nesan, S. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen di You Nine Cafe Medan). Skripsi. Medan: Universitas Medan Area.
- Oktaviani, A. D., Yasri, Y., & Masdupi, E. (2019, April). Analysis factors of consumer purchasing decision on snack from tubers in Padang City. In 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018) (pp. 493-503). Atlantis Press.
- Permana, I. (2016). Peran Kelompok Tani Sayuran Organik terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal (Studi Kasus Desa Batur, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 23(2).
- Prakoso, G., Sugiharti, E., & Si, I. M. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Di Wilayah Jakarta Pusat). 1–16.
- Paputungan, F. (2023). Karakteristik perkembangan masa dewasa awal. *Journal of Education and Culture (JEaC)*, 3(1), 1-9.
- Purwantini, T. B. (2019). Pertanian organik: Konsep, kinerja, prospek, dan kendala. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 37(2), 127–142.
- Rahayu, N. C. (2023). Alur proses produksi sayur organik pada CV. Reja Mayur. *Jurnal Agro Indragiri*, 8(2), 58–65.
- Rasyika, F. (2024). *Tren Makanan Sehat Populer Fildza Rasyika*. Medan: USU.
- Sabakti, K. S. S., Anindita, R., & Isaskar, R. (2022). Consumer perceptions of buying behavior of organic vegetables with Planned Behavior Theory approach. *Habitat*, 33(3), 320-331.
- Saragih, S. V. E., Priminingtyas, D. N., & Faizal, F. (2023). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Pasar Modern Kota Malang Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(2), 993-1005.
- Sadeli, A. H., Perdana, T., Deliana, Y., & Onggo, B. S. (2023). Consumers' purchase behavior in short food supply chains using social commerce in Indonesia. *Journal of Cleaner Production*, 386, 135812.
- Septiani, J. S., Hakim, D. L., Rahmiati, F., Amin, G., & Mangkurat, R. S. B. (2024). The factors influence on consumers purchase intention and purchase decisions of organic food in Indonesia. *Bioculture Journal*, 2(1), 1-18.

- Setiadi, I., & Ruswanti, E. (2024). Analisa Kesadaran Masyarakat Terhadap Pola Hidup Sehat Dengan Makanan Organik. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 20–25.
- Setiyaningrum, A., & Batu, K. L. (2019). What triggers the purchase of green products in Indonesia?. *Calitatea*, 20(172), 136-142.
- Simanjuntak, A. L. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Lux Pada Konsumen Swalayan Pondok Indah Pasar Buah. *Skripsi*. Medan: Universitas Medan Area.
- SNI. (2016). Sistem Pertanian Organik. Jakarta: BSN.
- Somantri, B., & Larasati, G. C. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(8), 497-506.
- Suardi, I. D. P. O., Satriawan, I. K., & Anom Yuarini, D. A. (2015). Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar Organik pada CV. Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 3(2), 26297.
- Syahputro, D. (2015). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Harmoni Lestari Pematang Siantar. *Jurnal SULTANIST*, 3, 8–15.
- Syamsuri, A. R., Anggraini, C. W., Pratiwi, D. P., Afriliana, S., & Maissy. (2021). *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Towoliu, J. E., & Tumbuan, W. J. (2017). Pengaruh faktor pribadi dan faktor keluarga terhadap keputusan pembelian di rumah makan waroeng tepi laut, manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Triwijayati, A., & Pradipta, D. B. (2018). Kelas sosial Vs pendapatan: Eksplorasi faktor penentu pembelian consumer goods dan jasa. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 155-172.
- Utami, D. N., Trimio, L., Judawinata, M. G., & Suminartika, E. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Platform Pembelian Buah dan Sayur Online. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 11(1), 64–74.
- Vista, A. B., Roessali, W., & Mukson, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(1), 108–115.
- Wicaksono, S. A., Soedarto, T., & Yuliati, N. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Sayur Organik di Sayorganik Gresik. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(3), 238-251.

- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 17–28.
- Yora, M., Afrahamiryano, A., Elinda, F., Ilham, D. J., Meyuliana, A., Afrini, D., ... & Anggraini, F. D. (2023). Edukasi Pentingnya Tanam YUNIK (Sayur Organik) dan Penggunaan PENA (Pestisida Nabati) Bersama Kelompok PKK Nagari Koto Hilalang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 4(2), 5331–5336.