

DAFTAR PUSTAKA

- Antika, W., & Setiadi, Y. W. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sayur Hidroponik (Studi Kasus pada Central Hidroponik Kota Bengkulu). (*JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(2).
- Asmo Bangun, P., Nuswantara, D. B., Pertanian, F., Bisnis, D., Kristen, U., & Wacana, S. (2020). Hubungan Antara Marketing Mix dengan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kios Granari Fresh Semarang. *Agrika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 14(1).
- Changi, G. R., & Padmalia, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Repurchase Intention Produk Golden Flower. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(3).
- Cypert, K., Prasetyo, E. ., & Setiadi, A. . (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brokoli Organik di Pasar Modern Gelael Semarang. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(2).
- Desty Hariadi, S., Relawati, R., Baroh, I., Malang Jl Raya Tlogomas, M., & Gedung GKB, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di “Orgo Organic Farm” Kota Malang. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 22(2).
- Ermianti, C., Amanah, D., Utami, S., & Harahap, D. A. (2021). Minat Beli Konsumen Terhadap Sayuran Organik Pada Pasar Tradisional Ditinjau Dari Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen (Studi Pada Pasar Sambas Medan). *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2).
- Fajria, F., Ethika, D., & Kusnaman, D. (2020). ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (WILLINGNESS TO PAY) KONSUMEN TERHADAP SAYURAN ORGANIK DI PASAR MODERN PURWOKERTO DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(1).
- Jatmika, R. T. D., & Hidayat, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kinerja Petugas Lapangan terhadap Keputusan Pembelian Benih Sayuran (Studi Kasus di 7 Kecamatan Kabupaten Cianjur). *Agrita*, 1(1).
- Jatmika, R. T. D., Ruspendi, S. R., & Suyono, T. (2022). Pengaruh Brand Image dan e-Commerce terhadap Keputusan Pembelian di UD. Bahana Agro Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur. *Agrita*, 4(2).

- Kuntari, W., & Sastrawan, U. (2020). Pengaruh Faktor Harga, Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Bogor. *SOSIAL DAN EKONOMI PERTANIAN*, 14(1).
- Lestari, F., Karsiningsih, E., & Muntoro. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Sungailiat Kabupaten Bangka. *Paradigma Agribisnis*, 5(2).
- Martono, E., Handayani, S., & Deviyanti, J. 2020. *Pertanian Organik - Solusi Pertanian Berkelanjutan*. Yogyakarta, Lily Publisher.
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran CV Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2).
- Nugraha, B. (2022). Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik. *Pengembangan Uji Statistik*, 32.
- Purboyo *et al.* (2020). *Perilaku Konsumen*.
- Rahimah, D. S. (2018). *Berkebun Organik Buah dan Sayur*.
- Rahmah, R. M., & Supriyono. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4).
- Rasmikayati, E., Shafira, N. A., Fauziah, Y. D., Ishmah, H. A. N., Saefudin, B. R., & Utami, K. (2020). Keterkaitan antara Karakteristik Konsumen dengan Tingkat Kepuasan Mereka dalam Melakukan Pembelian Sayuran Organik. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(1).
- Safitri, H. K., Budiraharjo, K., & Mukson, M. (2022). Pengaruh Kesadaran dan Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen pada Pembelian Buah dan Sayur The Farmhill Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3).
- Salehah, N. E., Milla, A. N., & Rini, N. K. (2021). Positioning Produk Pertanian Organik. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 9(2).
- Setiadi, N. J. (2019). Perilaku konsumen: konsep dan implementasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. *Jakarta: Kencana*, 436.
- Shaumy Lestari, G., Hermita Sadeli, A., Pardian, P., & Fatimah, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Organik Komunitas, dan Perilaku Pencarian Informasi terhadap Minat Beli Produk Organik di Komunitas Organik Indonesia. *MIMBAR AGRIBISNIS*, 7(2).

- Stephens, B. M. & Elisha. (2019). *Strategic Brand Management*.
- Sugangga, M. (2022). Generasi Z dan Industri 4.0: Studi Perilaku Pelaku dan Konsumen Pasar Tradisional Masa Kini (Studi Pelaku UMKM Kota Malang). *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo). *JAMIN (Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis)*, 1(2).
- Supriati, Y., & Herliana, E. (2011). *Bertanam 15 Sayuran dalam Pot*.
- Triayuni, L. G. N. P., Parining, N., & Wiyajanti, P. U. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Hijau di Ubud Organic Market, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar*. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*.
- Ufi, Y. A. N., Un, P., & Sirma, I. N. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik pada CV GS. Organik di Kabupaten Kupang. *Buletin Ilmiah IMPAS*, 21(3).
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.

