

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiyanto, M & Kholidah, N. 2020. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Penerbit NEM. Pekalongan.
- Astuti, E.P., Masyuhri., & Mulyo, J.H. 2019. Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, Vol 3, No,1.
- Badan Pusat Statistik Banyumas. 2022. *Produksi tanaman sayuran menurut dan jenis tanaman di Kabupaten Banyumas*. Perpustakaan UMUM Badan Pusat Statistik, Banyumas.
- Efendi, A., Rahma, F., Wayam, S., & Eni, S. 2020. *Analisis regresi teori dan aplikasi*. UB Press, Malang.
- Elly, R., Nurisa, A., Yuniar. D., Hanifatur. A., Bobby, R., & Khairuna, U. 2020. Keterkaitan Antara Karakteristik Konsumen Dengan Tingkat Kepuasan Mereka Dalam Melakukan Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Medan. *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian UNPAD*. No. 2615-7411.
- Ernawati, R. 2018. *Analisis strategi bauran pemasaran (marketing mix) tepung tapioka dalam perspektif ekonomi islam*. Skripsi. Lampung: Institut Agama Islam Negeri.
- Farida. 2019. Analisis bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen produk pangan organik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(2): 295-306.
- Fernanda, A., & Choiriyah. 2018. Analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) pada PT. Takafur keluarga cabang Palembang. *Jurnal pemikiran dan pengembangan ekonomi syariah*, 3(2).
- Gunawan. 2020. Mahir menguasai SPSS. Panduan praktis mengolah data penelitian. Sleman: Deepublish CV. Budi Utama.
- Hariyansah, N. 2021. Segmentasi pasar dalam komunikasi pemasaran Islam. *Jurnal Al-Hikmah*, 19(2): 127-138.
- Hermansyah, T, M., & Kusno, K. 2022. Deskripsi Proses Keputusan Pembelian Sayuran Organik Yang Dilakukan Oleh Konsumen Warung Sehat 1000 Kebun Bandung. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1): 445-458
- Herry. 2019. *Manajemen Pemasaran*. PT. Grasindo, Jakarta.

- Irfandi, M. 2022. *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian bakso pedas Bang Mar Pekanbaru*. Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Irfayanti, D., dan Saraswati, E. 2020. Analisis Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk Hijab Merek Azara. *JAMI. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, Vol 3.
- Ishano, C., Adiarni, N., Najamuddin, M., 2017. Segmentasi Pasar Konsumen Makanan di Jakarta, Indonesia Dengan Pendekatan Food-Related Lifestyle. *Jurnal Agribisnis*, Vol 11.
- Jozias, V., Natelda, R., & Marvin, L. 2020. Analisis segmentasi pasar sayuran organik di pulau Saparua Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal SEPA*, 17(1): 72-82.
- Khodijah, N, R. *Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan PT. Kreasi Nostra mandiri pada masa pandemic Covid-19*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Maghfoer, D., Yurlisa, K., Nurul, A., & Wiwin, S. 2019. *Sayuran lokal Indonesia*. UB Press, Malang.
- Musfar, F. 2020. *Manajemen pemasaran bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. CV Media Sains Indonesia, Bandung.
- Nanicova, N. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *AGORA*.
- Ningsih, N., dan Dukalang, H. 2019. Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, Vol 1
- Pitaloka, D. 2017. Hortikultura: potensi, pengembangan dan tantangan. *Jurnal teknologi terapan*, 1(1): 1-4.
- Putra, Y, A., Surnaherman. 2020. Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Dalam Membeli Sayur Organik di Pasar Modern Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia (PERWIRA)*.
- Prakasa, R., & Agnesia, P. 2021. *SPSS untuk analisis dan perencanaan kota yang lebih baik*. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Ramadhani, A., Dwi, S., & Sri, H. 2021. Analisis strategi pemasaran sayuran organik studi kasus di abang sayur organik kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*.
- Ravindra, S. 2017. Analisis pengaruh strategi segmenting, targeting dan positioning terhadap keputusan pelanggan membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 6(1): 28-43.

- Rigel, E, S. 2017. *Analisis minat pasar terhadap sayuran organik Farm Up Indonesia di Kota Serang Provinsi Banten*. Tugas Akhir. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Rodiyani, A., Sudjoni, M, N., Khoiriyah, N. 2019. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Keripik Singkong Wijaya. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*.
- Sapas, P., Benedhikta, K., Yosua, D., & Shanti, V. 2020. Strategi pemasaran sayur organik Frysia melalui analisis 4P dan STP. *Jurnal Business Economics and Entrepreneurship*. 2(2): 19-26.
- Septiadi, D., & Andi, I. 2020. Strategi pengembangan usaha tani sayuran berbasis pertanian organik. *Jurnal AGRIFO*, 5(1): 36-43.
- Sugiyono .2018. *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Timisela, N., leatemala, E., & Polnaya, F. 2018. Supply chain sayuran organik di Kota Ambon. Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengembangan Kepada Masyarakat Universitas Negeri Surabaya, 1(1): 637-645.
- Tollo, F. 2017. Analisis Aplikasi 7P Pada Usaha Nasi Kuning Air Putri Di Ambon. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(1).
- Utami, H & Chaeriyah, A. 2019. Kepuasan Konsumen Melalui Nilai Pelanggan Berdasarkan Value-In-Use Terhadap Kualitas Produk Sayur Organik (Studi kasus di Ujenk Mart Bandung, Jawa Barat). *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 3(1).
- Wahyudie, T. 2020. *Pengolahan Komoditas Hortikultura Unggulan Berbasis Lingkungan*. Forum Pemuda Aswaja, Nusa Tenggara Barat.
- Wilandari, A., & Windasari, V. 2022. Analisis Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Katering Sehat Serta Hubungan Pasca Pembelian. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Yulliawati, T. 2017. *Bertanam Sayuran Organik Di Halaman Rumah*. PT. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2(1), 472–481.
- Zainal, V. 2018. *Islamic Marketing Manajemen*. Bumi Aksara, Jakarta.