

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, C. (2020). *Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Food Quality Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Gooma Tea Bar Paris Van Java* (Issue 20). Universitas Katolik Parahyangan.
- Ajzen, I., & Kruglanski, A. W. (2019). Reasoned Action in the Service of Goal Pursuit. *Psychological Review*, 126(5), 774–786.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480.
- Barański, M., Średnicka-Tober, D., Volakakis, N., Seal, C., Sanderson, R., Stewart, G. B., & Leifert, C. (2014). Higher antioxidant and lower cadmium concentrations and lower incidence of pesticide residues in organically grown crops: a systematic literature review and metaanalyses. *British Journal of Nutrition*, 112(5), 794-811.
- Baudry, J., Méjean, C., Péneau, S., Galan, P., Hercberg, S., Lairon, D., & Kesse-Guyot, E. (2015). Health and dietary traits of organic food consumers: results from the NutriNet-Sante study. *British Journal of Nutrition*, 114(12), 2064-2073.
- Daniells, S. (2014). “US Organic Food Market to Grow 14% from 2013-18”
- Fandy Tjiptono, 2008 *.Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior : an introduction to theory and research* LK
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Predicting and Changing Behavior*. In *Predicting and Changing Behavior*.
- Ghristian, I., D. 2016. Pengaruh harga diskon, kualitas produk, citra merek, dan iklan terhadap minat beli celana jeans Levi’s di Surabaya. *Jurnal of Business and Banking*. Vol. 5., No, 2.
- Hayati, R. (2021). *Pengertian Skala Likert, Ciri, dan Contohnya*. *Penelitianilmiah.Com*. <https://penelitianilmiah.com/skala-likert/>
- Hidayah, S., Husnurrofiq, & Rizka, Z. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan CV. Cahaya Kaltim Banjarmasin*. 3(5), 1–10.
- Ihram, I. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Di Kota Mataram. *AGROTEKSOS: Agronomi Teknologi Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 29(2), 70.
- Indriyati, I. N., Daryanto, A., & Oktaviani, R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Persepsi Konsumen PT Home Credit Indonesia. *Jurnal Aplikasi*

- Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 261–270.
- Indriyo Gitosudarmo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang*.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kridani, M. S. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Bergabung Sebagai Anggota Dalam Bisnis Multi-Level Marketing. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 289.
- Kurniani, A. T., & Priansa, D. J. (2017). *Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Produk Indihome Pt. Telekomunikasi Indonesia Witel Solo) Swot Analysis As a Basis for Marketing Strategy Formulation (Study of Indihome Product’S Pt. Telekomunikasi Indonesia Witel*. 3(2), 513–520. [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id).
- Marisa Arnindita Palma, Anik Lestari Andjarwati., 2016., Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya), *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 1, Hal. 84-104.
- Oliver, A. (2021). *Tingkatkan Kualitas User Experience, Pelajari Apa Itu Persepsi Konsumen*. Glints.Com. <https://glints.com/id/lowongan/persepsi-konsumen/#.Ylwn7ehBzIU>
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13.
- Rahman, Syamsul., Aryanti, Ekalestari.,Ruhumuddin, Ruhumuddin. (2015). *Ibm Kelompok Tani Sayuran Organik Di Kota Makassar ( Ibm Farmer Groups Of Organic Vegetable In Makassar )*. *Majalah Aplikasi IPTEKS Ngayah*.6(1), 9-19.
- Ratnaningrum, H. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian ponsel Samsung di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 11(18), 163–173.
- Ribas-Agustí, A., Díaz, I., Sárraga, C., García-Regueiro, J. A., & Castellari, M. (2019). Nutritional properties of organic and conventional beef meat at retail. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 99(9), 4218-4225.

- Robin, S. P. (1998). *Perilaku Organisasi*. PT Temabaru
- Santoso, A. (2019). *Apa Yang Dimaksud Dengan Purchase Intention ?* Diction.Id.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31.
- Sugiyono. (2012a). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2012b). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tiana, D. (2021). Pengaruh Place Branding dan Citra terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Taman Sri Baduga Kabupaten Purwakarta. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Ulker-Demirel, E., & Ciftci, G. (2020). A systematic literature review of the theory of planned behavior in tourism, leisure and hospitality management research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43(September 2019), 209–219.
- Umar, Z. A. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ikan Tuna Olahhan Pada PT. Betel Citra Seyan Gorontalo. *Jurnal Inovasi*, 9(1), 1–26.
- Utami, R., P & Saputra, H. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan*. Vol. 6, No 2
- Wang, J, M Shen, and Z Gao. 2018. Research on the irrational behavior of consumers' safe consumption and its influencing factors. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 15(12): 2764.
- Zulian, Yamit, 2010, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, Vol. Edisi Pertama, EKONISIA, Yogyakarta.