

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, M. G., dan Irawan, A. 2020. Pengaruh Persepsi Nilai, Kesadaran Kesehatan dan Kepedulian Keamanan Pangan Terhadap Niat Beli Makanan Organik di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 78(1), 140–149.
- Abadi, F., dan Herwin. 2019. Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 1–8.
- Aristo, S, F. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 1 (4).
- Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesembilan. Alfabeth. Bandung.
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*. PT Graha Indo Persada. Jakarta.
- Aritkunto, S. 2010. *Metodologi Penelitian*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Fasya, D. A., dan Rahwana, K. A. 2020. Pengaruh Kemasan dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Instan Indomie (Studi pada Mahasiswa/i Universitas Perjuangan Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, 2(2), 167–176.
- Ghozali, I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariance dengan Program SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Delapan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Delapan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, T, Hani. 2010. *Manajemen personalia dan sumber daya manusia*. Edisi 2. BPF. Yogyakarta.
- Habibah, A. 2020. Analisis Labelisasi Halal, Harga dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie. *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 6(1), 59–84.
- Johannes, Suswita Roza dan ilunitedra (2015). Pengaruh *green product* terhadap *brand image* produk air minum dalam kemasan merek AQUA.
- Koesno, D. A. S. 2020. Kebiasaan Makan Orang Berubah Akibat Pandemi COVID-19. Tirto.Id. <https://amp.tirto.id/survei-kebiasaan-makan-orang-berubah-akibat-covid-19>
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.

- \_\_\_\_\_. dan Armstrong, G. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Dua, Edisi Pertama. Andy. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. dan Armstrong, G. 2008, *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas, Jilid kedua. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Analysis, Planning, Implementation and Control*. Edisi *Management Marketing*. Salemba Empat. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. PT Indeks. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan Armstrong, G. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Limantara, Y. D. P. 2017. Pengaruh Customer Perception Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Multiattribute Attitude Model Pada Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.2.69-78>
- Mangkunegara, A, P. 2013. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Penerbit Refika Aditama. Bandung.
- Njoto, T. K. 2016. Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455–463.
- Nurhayati, S. 2017. Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Oktafiani, D. 2018. pengaruh kualitas produk, harga, dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di surabaya
- Ramadhan, M. R., dan Utami, S. 2019. Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Nilai yang Dirasakan, Keamanan Pangan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Pizza di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 214–230.
- Ratnaningrum, H. 2016. Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Kota Yogyakarta. Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Supporting Organic Farms and Businesses Through the COVID-19 Crisis. 2021. Organic Trade Association. <https://ota.com/covid-19>. Diakses 21 Oktober 2021
- Stanton, W, J. 2000. *Prinsip Pemasaran*. Edisi revisi. Erlangga. Jakarta.

- Saladin, D. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya. Bandung.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesembilan. Penerbit CV Alpha Betha. Bandung.
- Syahrial, Yusroni Akhmad. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Aneka Karya Glass di Surakarta". Skripsi – Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015
- Saladin, D. 2006. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. CV Linda Karya. Bandung
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. ALFABeta. Bandung.
- Septiani dan Zulfikar 2019. Pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian produk Lemonilo ditoko organik Bandung.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. CV ANDI OFFSET. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Edisi kesatu. Penerbit Andi OFFSET. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Riset Pemasaran*. Edisi Sepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. Chandra, G., dan Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. ANDI.
- Triwahyuni, N. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Un Pgri
- Wicaksono, A, W. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Surakarta. Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah. Surakarta.