

DAFTAR PUSTAKA

- Alpandari, H., Dan T. Prakoso. 2022. Pengaruh Beberapa Konsentrasi AB Mix Pada Pertumbuhan Pakcoy Dengan Sistem Hidroponik. *Muria Jurnal Agroteknologi*, 1 (2) : 1 – 6. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/mjagrotek>
- Antari, K., Pramutoko, B., & Afrianto, D. 2023. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pertanian di Toko MitraTani Ds. Gelang Kab. Madiun. *Jurnal Ebismen: Ekonomi dan Bisnis Manajemen*, 2(4), 16–28. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i4.1391>
- Astuti, E. P., Masyhuri, Dan J. H. Mulyo. 2019. Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3 (1): 183 – 194. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.01.18>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. 2025. Statistik Tanaman Hortikultura 2020–2024. Bogor: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor.
- Budi, P. 2024. Sayuran Organik vs Non-Organik: Tips Pemilihan Sayuran yang Bergizi. Yogyakarta: Cahaya Harapan.
- Chandra, N. N. O., & Suryaningsih, Y. 2019. Analisis Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Sayur Hidroponik Di Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Olean. *Agribios: Jurnal Ilmiah*, 17(1), 1–9. <https://doi.org/10.36841/agribios.v17i1.785>
- Dandiapuri, A., Priminingtyas, D. N., & Faizal, F. 2024. Pengaruh Promosi Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayur Dan Buah Online Menggunakan Aisas (Attention, Interest, Search, Action, Share) Model. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(2), 1121–1132. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2024.008.02.9>
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. 2023. Analisis Keputusan Pembelian Produk *E-Commerce* Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research*, 1(5), 113-123. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>
- Eviyanti, N dkk. 2023. Manajemen Pemasaran. Kabupaten Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta.
- Fajarani, E, E. Wildaniya, Dan N, E. Putri. 2019. Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Supermarket Diamond Kota Palembang. *I. Kaliaggri*, 2 (1): 38 – 50.
- Fajrin, A. N., Maryono, M., & Poniman, P. 2020. Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(2), 145-156. <https://doi.org/10.31289/manajemen.v21i2.3421>
- Hariadi, S. D., Relawati, R., & Baroh, I. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di “Orgo Organic Farm” Kota

- Malang. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 22(2), 194–207. <https://doi.org/10.31315/jdse.v22i2.6428>
- Hastuti, D. R. D. 2017. *Ekonomika Agribisnis (Teori dan Kasus)*. Cetakan I. Editor: M. Ridha, Penata Letak: Yusran, Sampul: Zul Chaedir. Perpustakaan Nasional, Katalog dalam Terbitan (KDT). Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat, Rumah Buku Carabaca.
- Husna, N. 2023. Agribisnis – Pengertian, Ffungsi, Sistem dan Contohnya [internet]. Diakses pada 23 Juli 2024. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/agribisnis-pengertian-fungsi-sistem-dan-contohnya>.
- Ismanto, J. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Jingga, T. Z., dkk. 2022. *Smart Agriculture: Budidaya Hidroponik dengan Sistem Cerdas*. Kuningan: Goresan Pena.
- Kabeakan, N.T.M. 2019. Deskripsi Karakteristik Konsumen dan Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 2019, hal 227-234. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3615>
- Kemuning, L., Yusiana, E., dan Budiandrian, E. 2024. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Super Indo Q Square Bogor). *PASPLAUM: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 12(2), hal. 367-379. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v12i2.748>
- Kotler, P & Keller, K. L. 2016. *A Framework for Marketing Management, Sixth Edition, Global Edition*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1 Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Krisnamurthi, B. 2020. *Pengertian Agribisnis*. Bogor: Puspa Swara.
- Latifah, A. N., Tanjung, G. S., & Djazuli, R. A. 2024. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Pasar Modern Kabupaten Gresik. *Jurnal Agribisnis*, 12(2), 1-10. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v12i2.2860>
- Lutfianti, W. H. 2022. Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Online Pada E-Marketplace Di Indonesia. *PERFORMA: Universitas Ciputra Surabaya*, 7(6), 669-679. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i6.3394>
- Novanda, R. R. 2020. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik Di Kota Bengkulu. *Jurnal Agribest*, 4(2), 94–100. <https://doi.org/10.32528/agribest.v4i2.3549>

- Novitriansyah, B., & Susi, S. 2017. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) terhadap Keputusan Pembelian Mesin Merek Bosch Pada Toko Metropolitan.
- Nurmawati. 2018. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Pakpahan, Dkk. 2021. Metodologi Penelitian Ilmiah. Yayasan Kita Menulis.
- Pracaya dan J. G. Kartika. 2016. Bertanam 8 Sayuran Organik. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rahmandika, N. 2023. Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Secara Online Di Pt. Sayuran Pagi Pada Masa Pandemi Covid-19 (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rosmiati. 2023. Pengaruh variabel bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sayuran di Pasar Tradisional Daya, Kota Makassar (Skripsi, Universitas Hasanuddin). Makassar.
- Sandradewata. 2020. Korelasi Unsur Marketing Mix 7P dengan Tingkat Penjualan Sayuran Pakcoy Organik di Desa Batur, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Siahaan, R., & Ginting, S. O. 2022. Strategi Daya Saing Harga dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen Sayuran Hidroponik dan Organik. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(1), 88-102. <https://doi.org/10.35446/agribisnis.v15i1.842>
- Silitonga, J., dan Salman. 2014. Analisis permintaan konsumen terhadap sayuran organik di pasar modern Kota Pekanbaru. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 29 (1) : 79 – 86. [https://doi.org/10.25299/dp.2014.vol29\(1\).835](https://doi.org/10.25299/dp.2014.vol29(1).835)
- Simarmata, H., & Susanto, R. 2022. Analisis kelayakan usaha tani sayuran Pakcoy organik di lahan sempit. *Jurnal Agrikultura*, 33(1), 10–18. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v33i1.37893>
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. 2023. *Consumer Behavior: Strategies and Theories*. Iocs Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=g646EAAAQBAJ>
- Sinulingga, N. A., dan Hengki, T. A. 2023. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Indonesia: IOCS Publisher.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. 2024. *Manajemen Pemasaran*. LPPM Unilak.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, A dan Richa, Y. A. 2023. *Proses Budidaya dan Penanganan Pasca Panen Sawi Pakcoy pada Sistem Hidroponik*. Jawa Timur: LPPM UNWAHA.

- Tjiptono, F. 2013. Strategi Pemasaran (Edisi ke-4). Andi.
- Ufi, Y. dkk. 2020. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Pada Cv Gs. Organik Di Kabupaten Kupang. *Buletin Ilmiah IMPAS*, 21 (3): 236 - 244. <https://doi.org/10.35508/Impas.V21i3.3322>.
- Utami, D. N., Trimo, 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. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.64-74>
- Wahyudi, dkk. 2023. Metode Penelitian (Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT). Sumatera Utara: PT. Mifandi Mandiri Digital.
- Wibowo, R. A. 2019. Manajemen Pemasaran. Semarang: Radna Andi Wibowo.
- Widiastuti, A., & Santoso, B. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Kesadaran Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Organik. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 15(2), 201-215. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v15i2.14488>