

Daftar Pustaka

- Astawan, M. (2009). *Khasiat Makanan Mentah Raw Food Diet*. Jakarta: Gramedia.
- Chinnici, G.D'Amnico, M. dan Pecorino, B. (2002). A Multivariate Statistical Analysis on The Consumers of Organic Product. *British Food Journal*. Vol 104. 187-199.
- Cokril, A., M.M.H. Goode. (2010). Perceive Price and Price Decay In The DVD Marke. *The Journal of Product And Brand Management*. 19(5).
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Drumond, H. (2008). *Metode Penelitian bisnis*. Jilid I. edisi 5. Erlangga: Jakarta.
- Engel, dan P.D. Blaewel. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 6. Binapura Aksara: Jakarta.
- F. Christea. Dan I. Mukhlis. (2016). *Ekonomi Pembangunan: Sebuah Kajian Teoritis dan Empiris*. Malang: Lembaga Penerbitan Universitas Kanjuruhan Malang.
- Firdaus, M. (2008). *Management Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Febry, C.I. (2014). Pengaruh Persepsi Harga Atribut Produk dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula (Studi pada konsumen susu formula SGM di Kota Yogyakarta). Indonesia: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Harahap, D.A. (2015). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol 7, No 3, pp 228.
- Harper, G.C., and Makatouni, A. (2002). Consumer Perception of Organic Food Production and Farm Animal Welfare. *British Food Journal*, Vol 104. 287-299.
- Hermawan. (2005). *Penelitian bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Ilham, L, M. (2017). Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Makanan Organik Di Bandar Lampung. Indonesia: Universitas Lampung.
- Kotler, P. dan Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*, Global Edition. 14th Edition, Pearson Education.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas jilid 1*. Erlangga, Jakarta.

- Kotler, P. (2002). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. NJ: Prentice Hall.
- Lee, S., A. Illia., L. Body., Assion. Perceived Price of Dynamic Pricing. (2011). *Journal of industrial Management Data System*. 111 (4).
- Malik, & Yaqoob, & Aslam. The Impact Of Price Perception, Service Quality, and Brand Image On Customer Loyalty (Study Of Hospitality Industry In Pakistan Interdisciplinary, *Journal Of Contemporary Research In Business* Vol 4, No 5.
- Magnusson, M.K, Arvola, A, Koivisto Hursti, U.K, Aberg, L. And Sjoden, P.O (2001). Attitudes towards organic food among swedish consumer. *Bristish Food Journal*, Vol 103 (3), 209-226.
- Malhotra, N.K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation 6th edition*. New Jersey. Pearson Education, Inc.
- Mckeith, G., (2009). *You Are What You Eat*. Celador Production.
- Monroe, K.B., (2003). *Pricing, Making Profitable Decision*. 3th edition. Mc Graw-Hill, Singapura.
- Neuman, W. L., (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach, 6th edition*. Boston: Allyn and Bacon.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*. Alfabeta: Bandung.
- Peter, P.J., J.C. Olson. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy 9th edition*. McGraw Hill.
- Pratomo, T. dan A. Soejodono. (2004). *Ekonomi Skala Kecil/Menegah dan Koperasi*. Ghalia, Jakarta.
- Saladin, D. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Lina Karya: Bandung.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Ressearch Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley and Sons.
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. (2004). *Consumer Behaviour*. Pearson Prentice Hall. United States of America.
- Somantri, G.R. (2005). *Memahami Metode Kualitatif*. Makara, Sosial Humaniora, 57-65.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV Afabeta.
- Sugiono. (2011). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

- Suryabrata. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategy Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Thio, S., N.Y.S. Harianto., dan R. F. Sosiawan. (2008). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik di Surabaya. *Jurnal Management Perhotelan*, Vol. 4, No 1, pp 19-20.
- Wijayanti, R. (2008). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Pembersih Wajah Ovale. *Jurnal Aplikasi Management*. Vol 6(2). pp 138-154.
- Waskito, D., M. Ananto Z., dan A. Reza S.P. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik di Yogyakarta. *Jurnal PELITA*, Vol 9, No 1, pp 40-41.
- W.L, Neuman. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach, 6th edition*. Boston: Allyn and Bacon.
- Zikmund, W.G., J.C. & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods, 9th edition*. South Western: Cengage Learning.