

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, D. (2016). Kepercayaan Konsumen pada Produk Organik. *Ecodemica*, IV(2), September 2016: 148 - 150.
- Aliansi Organik Indonesia (AOI). (2021). Artikel Hallo Organik Wadah Inspiratif Komunitas Pencinta Produk dan Gaya Hidup Organik. <https://aoi.ngo/web/hallo-organik-wadah-inspiratif-komunitas-pencinta-produk-dan-gaya-hidup-organik/> diakses 17 April 2021.
- Aliansi Organik Indonesia (AOI). (2019). Statistik Pertanian Organik Indonesia. https://drive.google.com/file/d/16MmF07VtwQ3LcK_k285CLKBvQUvlgcGS/view diakses 28 April 2021.
- Annunziata, A. dan Vecchio, R. (2016). '*Organic farming and sustainability in food choices: an analysis of consumer preference in Southern Italy*', *Agriculture and Agricultural Procedia*, 8: 193 - 200.
- David, W. dan Aurino D. (2018). Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan. Press Penerbitan Universitas Bakrie: 46 - 48.
- David, W. dan Ardiansyah. (2017). *Organic Agriculture in Indonesia: Challenges and Opportunities*. *Org. Agr.* 7: 329 - 338.
- David, W. dan Ardiansyah. (2017). *Perceptions of Young Consumers toward Organic Food in Indonesia*. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 13 (4): 315 - 324.
- FiBL dan IFOAM. (2021). *The World of Organic Agriculture, Statistics & Emerging Trends* 2021 (<https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1150-organic-world-2021.pdf> diakses 28 April 2021).
- Herawati, L. dan Kadarusno, A. H. (2016). Uji Normalitas Data Kesehatan menggunakan SPSS edisi I. Perpustakaan Nasional Katalog dalam Terbitan Jurusan Kesehatan Lingkungan Politeknik Kesehatan Kemenkes Yogyakarta (1): 2 - 3.
- Hubeis, M., Najib, M., Widyastuti, H., dan Wijaya, N. H. (2013). Strategi Produksi Pangan Organik Bernilai Tambah Tinggi yang Berbasis Petani. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 18 (3): 194 - 199.

- Husaini, M. (2020). Hubungan Tingkat Pendidikan dan Persepsi Konsumen tentang Kualitas dan Manfaat Beras Organik di Kota Barabai. Diploma thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Katadata.co.id. (2021). Rapor Dua *E-Commerce* Besar saat Pandemi: Barang Konsumsi Laris Dibeli. [online]. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f8043f82eaea/rapor-dua-e-commerce-besar-saat-pandemi-barang-konsumsi-laris-dibeli> diakses pada 21 April 2021.
- Katadata.co.id. (2021). 10 *E-commerce* dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020. [online]. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020> diakses pada 23 Oktober 2021.
- Katadata.co.id. (2021). Gaji Generasi Z dan Milenial Banyak Dibelanjakan di *E-Commerce*. [online]. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/gaji-generasi-z-dan-milenial-banyak-dibelanjakan-di-e-commerce> diakses pada 23 Oktober 2021.
- Katadata.co.id. (2021). Pilihan Media Sosial Berdasarkan Asal Generasi – GlobalWebIndex [online]. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z> diakses pada 23 Oktober 2021.
- Katadata.co.id. (2020). Hidup di Tengah Pandemi, Dorong Perubahan Konsumsi Masyarakat. [online]. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/27/hidup-di-tengah-pandemi-dorong-perubahan-konsumsi-masyarakat> diakses pada 23 Oktober 2021.
- Kastenholz, C. (2021). *Gen Z And The Rise Of Social Commerce*. [online]. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/05/17/gen-z-and-the-rise-of-social-commerce/?sh=7e3093ea251d> diakses 23 Oktober 2021.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12. Erlangga. Jakarta: 179.

- Kranjac, M., Vapa-Tankosić, J., dan Knežević, M. (2017). *Profile of Organic Food Consumers*. *Economics of Agriculture* 2: 504 - 506.
- Lassoued, R. dan Hobbs, J. E. (2015). *Consumer Confidence in Credence Attributes: The Role of Brand Trust*. *Food Policy* 52: 99 - 107.
- Müller, C.E. dan Gaus, H. (2015), “*Consumer Response to Negative Media Information about Certified Organic Food Products*”. *Journal of Consumer Policy*, 38(4): 387 - 409.
- Phan, U.X.T. dan Edgar Chambers. (2016). *Application of an Eating Motivation Survey to Study Eating Occasions*. *J. Sensory Studies*. 31: 114 - 123.
- Palupi, E., Jayanegara, A., Ploeger, A., dan Kahl, J. (2012). *Comparison of Nutritional Quality between Conventional and Organic Dairy Products: A Meta-Analysis*. *Journal of the Science of Food and Agriculture*: 1 - 8.
- Pew Research Center’s Internet & American Life Project. (2013). *The Demographics of Social Media Users on Year 2012*. [online]. <https://www.pewresearch.org/internet/2013/02/14/the-demographics-of-social-media-users-2012/> diakses pada 22 Oktober 2021.
- Rana, J. and Paul, J. (2017). *Consumer Behavior and Purchase Intention for Organic Food: A Review and Research Agenda*. *J. Retail. Consum. Serv.* 38: 157–165.
- Rousseau, S. dan Vranken, L. (2013), “*Green Market Expansion by Reducing Information Asymmetries: Evidence for Labeled Organic Food Products*”, *Food Policy* 40: 31- 43.
- Soroka, L. and Wojciechowska-Solis, J. (2019). *Consumer Motivation to Buy Organic Food Depends on Lifestyle*. *Foods*. 8(581): 5 - 6.
- Suharjo, B., Ahmady, M., dan Ahmady, M. R. (2016). *Indonesian Consumers’ Attitudes towards Organic Products*. *Advances in Economics and Business* 4(3): 132 - 140.
- Sulaeman, A. (2006). *Prospek Pasar dan Kiat Pemasaran Produk Pangan Organik*. Disampaikan pada Simposium “Produk Pertanian Organik di Indonesia dari Produsen hingga Pemasaran” *ISSAAS Indonesian Chapter*.

- Thio, S. (2008). Persepsi Konsumen terhadap Makanan Organik di Surabaya. Jurnal Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Univeristas Kristen Petra.
- Tung, S., Wei, S., dan Chen, Y. (2011). *Attitudinal Inconsistency toward Organic Food in Relation to Purchasing Intention and Behavior an Illustration of Taiwan Consumers*, 114(7): 997 – 1015.
- Waskito, D., Ananto, M., dan Rezza, A. (2014). Persepsi Konsumen terhadap Makanan Organik di Yogyakarta. Pelita IX(1): 37.
- Windani, I. dan Awaliyah, K. S. (2020). Preferensi Konsumen Terhadap Pangan Organik di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Pertanian Peternakan Terpadu 3: 622 - 633.