

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, P.S. & Usman, H. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara
- Aklima, D. (2012). *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Analog Di Serambi Botani, Botani Square, Bogor*. Skripsi. Institut pertanian Bogor: Bogor.
- Alamsyah, Yuyun. (2009). *Bisnis Fast Food Ala Indonesia*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Airine, Therezia. (2010). *Analisis Prilaku Konsumen Sayuran Organik (Studi Kasus: Giant Botani Square, Kota Bogor, Jawa Barat)*. [Skripsi]. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. 116 Hal.
- Ameriana, M. (2006). *Kesiediaan Konsumen Membayar Premium untuk Tomat Aman Residu Pestisida*. Jurnal Hortikultura, 16(2), 165-174.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aufanada. (2017). *Kesiediaan Membayar Produk Sayuran Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan*. Journal of Agribusiness and rural development Research, 3(2), 67-75
- Balitsa. (2018). *Manfaat Sayuran Organik*. <http://balitsa.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php/berita-terbaru/430-manfaat-sayuran-organik.html>, Diakses pada 12 Oktober 2018.
- Breidert, C., M Hahsler dan T. Reutterer. (2006). 'A review of Methods for Measuring Willingness to Pay', *Innovative Marketing*, Austria
- Breidert C. (2005). *Estimation Of Willingness To Pay : Theory, Measurment, Application, Dissertation*. Wirtschafts Universitat Wien. Gabler Edition Wissenschaft.
- Carter William, K. (2005). *Akuntansi Biaya Buku 2*. Edisi 13. Jakarta: Salemba empat.
- Cavanari, M. Bazzani, Spadoni, Regazzi. (2002). *Food Safety and Organic fruit Demand in Italy: a Survey*. British Food Jurnal, 104(3), 187-199.
- Diaz, F.J. M., Pleite, F. M.C., Paz, Garcia, P. G. (2012). *Consumer Knowledge, Consumption, and Willingness to Pay for Organic Tomatoes*. *British Food journal* Vo. 114, No. 3.
- Fauzi, Akhmad. (2006). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Gil, J. M., Gracia, A., & Sanchez, M. (2000). *Market Segmentation and Willingness to Pay for Organic Products in Spain. The International Food and Agribusiness Management Review*, 3(2), 207-226.
- Hamzaoui, L., & M. Zahaf. (2012). *Canadian Organic Food Consumers' Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices. Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 24(1), 1–21.
- Hanley, N dan C. L. Splash. (1993). *Cost-Benefit Analysis and Environmental*. England: Edward Elgar Publishing
- Hanley N, Barbier E.B. (2009). *Pricing Nature : Cost-Benefit Analysis and the Environment*. England: Edward Elger Publishing Limited.
- Hosmer, D.W dan S.Lemeshow. (2000). *Applied Logistic Regression*. 2nd Edition. New York: John Willey and Sons
- Husein, Umar. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Husodo S, Bharoto. (2009). *Willingness to Pay Konsumen Terhadap Produk Pertanian Organik (Studi Kasus di Kodya Yogyakarta). Jurnal Ilmu Pertanian Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Magelang Jurusan Penyuluhan Pertanian Yogyakarta : 31-37*.
- Husodo S.Y. (2009). *Pertanian Mandiri*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Isdiyanti. (2007). *Analisis Usahatani Sayuran Organik Di Perusahaan Matahari Farm (Skripsi)*. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Juliandi, Azuar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Kaswan. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi*. Graha Ilmu.Yogyakarta.
- Kotler, Philip . (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, k. Dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Krystallis, A. & Chryssohoidis, G. (2005). *Consumers' Willingness to Pay for Organic Food. British Food Journal*, 107(5), 320–343.
- Mayrowani H. (2012). *The Development of Organic Agriculture in Indonesia*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian :Bogor
- Muhammad. (2009). *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

- Muhammad, Safdar & Fathelrahman, Eihab & Ullah, Rafi Ullah Tasbih, (2015). "Factors Affecting Consumers' Willingness to Pay for Certified Organic Food Products in United Arab Emirates," *Journal of Food Distribution Research*, Food Distribution Research Society, vol. 46(1)
- Muljaningsih, Sri. (2011). *Preferensi Konsumen dan Produsen produk Organik di Indonesia. Wacana*. Vol. 14 No.4
- Natasya C. (2013). *Analisis Willingness To Pay Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Sarana Bakti*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor
- Natasa C. (2015). *Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik (Studi Kasus: Giant Hypermarket, Botani Square, Kota Bogor)*. Skripsi. Intitut Pertanian Bogor: Bogor.
- Nisfiannoor, Muhammad. (2009). *Pendekatan Statistika Modern*. Jakarta: Salemba Huamanika
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Notoatmojo, Soekidjo. (2005). *Metode penelitian Kesehatan*. Jakarta:Rineke Cipta.
- Novandari, W. (2011). *Analisis Motif Pembelian dan Profil Perilaku "Green Product Customer"* (Studi Pada Konsumen Produk Pangan Organik Di Purwokerto). *JEBA*, 13(1), 9–16.
- Nurul, Hidayati. (2013). *Analisis Willingness To Pay Untuk Sayuran Organik Di Toko All Fresh Bogor*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Owusu, v dan Anifori, M.O. (2013). *Consumer Willingness to Pay a Premium for Organic Fruit and Vegetable in Ghana*. *International Food. And Agribusiness management Review*. Vol. 6, Issue 1
- Perloff, J.M. (2004). *Microeconomics, third edition*. New York: Pearson education Inc, & pearson Addison Wesley
- Peter, J.P dan olson, J.C. (2013). *Perilaku Konsumen dan strategi pemsaran. Edisi 9 Buku 1*. Selemba empat, jakarta.
- Philip, B, Dipeolu, AO. (2010). *Willingness to Pay for Organic Vegetable in Abeokuta South West Nigeria*. *African Journal of Food Agriculture Nutrition and Development Online* Vol.10 no. 11.
- Pracaya. (2002). *Bertanam Sayuran Organik Di Kebun, Pot Dan Polibag*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Priambodo, LH. (2014). *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Sayuran Organik dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. *Jurnal ilmiah Fakultas Ekonomi Manajemen Institut Pertanian Bogor*.
- PSE-KP UGM (Pusat Studi Ekonomi-Kebijakan Publik Universitas Gadjah Mada).

- (2002). *Analisis Tarif Listrik Regional di Jawa Tengah dan DIY (Laporan Akhir)*. Yogyakarta: Penerbit PSE-KP UGM dan PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Tengah.
- Purwoto, Agus. (2007). *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta:Grasindo.
- Putra A. (2006). *Analisis Pemasaran Sayuran Organik Di Kawasan Agropolitan Kota Baru [Skripsi]*. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor
- Raharjanti, RP dan T. Widiarti. (2012). *Model Logit Kumulatif Untuk Respon Ordinal*. Jurusan Matematika FMIPA UNDIP. Semarang
- Rahayu. (2017). *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Cerdas Cv An – Nahlah Di Kabupaten Jember*. JSEP ,10( 1), 17-30
- Ratih Pravita. (2013). *Persepsi Konsumen terhadap Beras Organik dan Anorganik di Tolo Satvika Boga Sanur Denpasar*. Jurnal Ilmiah PS Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Udayana. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, ISSN;2301-6523 Vol.2, No.2.
- Rokhman, M. S. (2012). *Perbandingan Antara Model Logit dan Probit Sebagai Regresi Untuk Peubah ResponKategori*. Oseatek UPS Tegal.
- Rozaan, Anne. (2004). *Willingness-to-pay for food safety: an experimental investigation of quality certification on bidding behaviour*. Jurnal European Review of Agricultural Economics, 31 (4), 409-425
- Safitri. (2018). *Efek Makanan Cepat Saji bagi Tubuh*. Diakses pada 28 September 2018.hellosehat.com/hidup-sehat/nutrisi/efek-makanan-cepat-saji-pada-tubuh.
- Schiffman, L, G dan Kanuk, L.K. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta (ID): PT. Index
- Setiyadi, Heru. (2016). *Willingness to Pay Konsumen terhadap Beras Organik serta faktor-faktor yang mempengaruhinya di Kota Pontianak*. Tesis. Universitas Gadjah Mada.
- Silitonga J. (2014). *Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Pekanbaru*. Jurnal Dinamika Pertanian Volume XXIX , (79 - 86)
- Simanjuntak Binsar H. (2010). *Penerapan Akuntansi Berbasis Akrua Di Sektor Pemerintahan Di Indonesia*. Jakarta : Kongres Xi Ikatan Akuntansi Indonesia
- Sinaga, Pariaman. (2006). *Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional*. Kementrian Koperasi dan UKM. Jakarta : Tidak Diterbitkan.
- Sriwaranun, Y., Gan, C., Minsoo, L., & Cohen, D. A. 2015. *Consumers Willingness to Pay for Organic Products in Thailand*. International Journal of Social Economics, 42(5), 480-510.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.Nisfiannoor,
- Suhardjo. (2008). *Berbagai Cara Pendidikan Gizi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.
- Sutanto, R. (2002). *Pertanian Organik*. Kanisius, Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widayat. (2004). *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Pres.
- Zhao, J. & Kling, C.L . (2004). *Willingness to pay, compensating variation, and the cost of commitment*. *Economic Inquiry*, 42 (3), 503-517.