

DAFTAR PUSTAKA

- Andoko, A. (2008). *Budidaya Padi Secara Organik*.
- Antony, J., dan Rao, A. (2010). *Contingent Valuation: A Review with Emphasis on Estimation Procedures*. Cv, 1–18.
<http://interstat.statjournals.net/YEAR/2010/articles/1007004.pdf>
- Arimurti, N. H., Edy Sularso, K., dan Hartati, A. (2021). Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Beras Organik di Kabupaten Banyumas dan Faktor yang Mempengaruhinya. *Forum Agribisnis*, 11(1), 75–89.
<https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>
- Ataini, V., Purnomowati, R., dan Rochaeni, S. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bunga Potong. *Sharia Agribusiness Journal*, 1(1), 37–70.
- Bakri, I., Thaha, A. R., dan Isrun. (2016). Status Beberapa Sifat Kimia Tanah pada Berbagai Penggunaan Lahan di Das Poboya Kecamatan Palu Selatan. *E-J. Agrotekbis*, 4(5), 512–520.
- Dadas, B., Yamin, M., dan Lifianthi. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Beras Organik di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 79–93.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.8>
- Desfaryani, R., Humaidi, E., dan Anggraini, N. (2023). Pengukuran Tingkat *Willingness to Pay* Konsumen Beras Organik di Kota Bandar Lampung. *Agriprimatech*, 6(2).
- Diswandi, and Saputyaningsih, E. (2018). *Using Contingent Valuation Method for Estimating the Willingness to Pay for Mangrove Forest: A study in West Lombok, Indonesia*. Enric.
- Fadillah, H., dan Juwana, I. (2023). Valuasi Nilai Ekonomi Situ Lengkong Panjalu dengan Metode Contingent Valuation Method (CVM). *FTSP Series*, 475–483.
- Fahira, P., Eriyati, dan Richard, R. (2022). Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen terhadap Sayuran Organik di Kota Pekanbaru. *Jurnal Economica*, 10(2), 201–213.
- Fajria, F. (2020). Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Purwokerto dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 17(1), 40. <https://doi.org/10.20961/sepa.v17i1.39863>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square 9PLS0* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. (2022). Analisis Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Perilaku Konsumsi

- Rumah Tangga Masyarakat Indonesia. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3471(8.5.2017), 2003–2005.
- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second Edi). Sage.
- Hamid, R., dan Anwar, S. (2017). *Structural Equation Modeling (SEM)-Berbasis Varian* (Abiratno, S. Nurdyanti, dan A. Raksanagara (eds.)). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Handoko, B., dan Setiawan, I. (2021). Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Milenial dalam Mengonsumsi Sayuran Organik. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 911. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i1.4873>
- Hasibuan, N., dan Siregar, G. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat terhadap Ayam Broiler di Kelurahan Tembung Kecamatan Medan Tembung. *Journal Ilmiah Mahasiswa Pertanian, Vegetable Mix*, 1–60.
- Hauser, J., and Urban, G. (1986). *The Value Priority Hypotheses for Consumer Budget Plans* (Vol. 12, Issue 4). <https://doi.org/10.1086/208529>
- Hayati, M., Elfiana, dan Martina. (2020). Peranan Sektor Pertanian dalam Pembangunan Wilayah Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. *Jurnal S. Pertanian*, 1(3), 213–222.
- Husaini, M., Artiningsih, D. W., dan Zamilah, E. (2020). Hubungan Tingkat Pendidikan dan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas dan Manfaat Beras Organik di Kota Barabai. *Journal Uniska Kediri*, 1(1), 1–8.
- Ildrakasih, N., Chalil, D., dan Ayu, S. F. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Beras Organik (Studi Kasus: Jappsa, Brastagi Supermarket dan Carrefour Plaza Medan Fair). *Journal of Agriculture and Agribusiness*, 1–10. <https://www.neliti.com/publications/15066/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen-dalam-membeli-beras-organik-s>
- Ismunandar, I., dan Lestari, Y. A. (2019). Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Pembelian Lo'I Me'E Mbojo di Kota Bima. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5(2), 101–111. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.54>
- Isnugroho, E., dan Winarno, S. B. (2019). Preferensi dan Kesiediaan Konsumen Membayar Salak Pondoh Organik. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10 (1). <https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5619>
- Jagpal, S., and Jedidi, K. (2009). *Willingness to pay: Measurement and Managerial Implications*.
- Jogiyanto. (2011). *Structural Equation Modeling Penelitian Bisnis*.
- Kartikasari, R., Prasetyowati, K., dan Suswadi. (2019). Faktor yang Mempengaruhi

- Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Agrineca*, 19(2). <https://doi.org/10.36728/afp.v19i2.897>
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 J). Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Essex Pearson Education Limited.
- Kusumacitra, P., Dewi, N., dan Anggraini, I. (2022). Analisis Kesiediaan Membayar WTP (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Berbagai Jenis Beras Organik di Kota Denpasar (Studi Kasus Toko Satvika Bhoga Sanur). *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 11(2), 791. <https://doi.org/10.24843/jaa.2022.v11.i02.p30>
- Latifah, A., Tanjung, G., dan Djazuli, A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Kabupaten Gresik. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 12(2), 141–149. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v12i2.2860>
- Lucero, I., Canete, D. (2021). Consumers' Willingness to Pay for Organic Beef in Cagayan Valley. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(10), 6411 – 6422–6411 – 6422. <https://www.turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/5489>
- Manco, T. (2023). Consumers' Willingness to Pay for Organic Food. *British Food Journal*, 107(5), 320–343. <https://doi.org/10.1108/00070700510596901>
- Mardhiyyah, N., Sulistyawat, A. S., dan Rahyuda, I. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk di Hungry Bird Coffee Cangu. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 3(2), 54–68.
- Mega, A. (2022). *Analisis Kesiediaan Membayar Produk Sayuran pada Sayurbox* (Issue 8.5.2017).
- Mudawaroch, R. E., dan Rinawidiastuti. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Membeli Makanan Bergizi. *Prosiding Seminar Teknologi dan Agribisnis Peternakan VII-Webinar: Prospek Peternakan di Era Normal Baru Pasca Pandemi COVID-19*, 138–145.
- Nellasari, A. D., Nugroho, S. D., dan Nurhadi, E. (2020). Kesiediaan Membayar Lebih terhadap Beras Organik di Transmart Iconmall Gresik. *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA*, 9(2), 115–121. <https://doi.org/10.33005/adv.v9i2.2460>
- Olivera, A. (2021). Willingness to Pay for Organic Food in Dublin: An International Business National College of Ireland. *Journal National College of Ireland*.
- Onyia, C. (2023). Awareness and Willingness to Pay for Organic Vegetables among Farming Households in Anambra State Nigeria. *African Journal of Food*

Agriculture Nutrition and Development, 23(5), 23504–23524.

- Preliana Dewi., Relawati, R., dan Mufriantje, F. (2023). Willingness to Pay Beras Merah Organik “Beraskita” di Perum Bulog Sub Divre Madiun. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 20(1), 45. <https://doi.org/10.20961/sepa.v20i1.54775>
- Pujiastuti, R., Hadi, S., dan Yusri, J. (2022). Analisis Kesiediaan Membayar Ayam Organik Mentah Produksi UD. Rahayu AK Kota Pekanbaru dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 680–696.
- Purwaningsih, B. 2009. (2009). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Perilaku Konsumen Beras Organik*. 1–181.
- Rahayuningsih, S., and Tain, A. (2021). Consumers Willingness to Pay and Factors Affecting Organic Vegetable Purchasing Decisions. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 4(1), 01–12. <https://doi.org/10.22219/agriecobis.v4i1.15506>
- Riana, E., Mukson, M., dan Roessali, W. (2020). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Berbagai Jenis Beras Organik di Kota Semarang (Kasus Pasar Modern Gelael Signature). *Journal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3, 689–700.
- Riyanti, I. H., Ibrahim, J. T., dan Baroh, I. (2020). Analisis Kelayakan Finansial Pabrik Penggilingan Beras Organik “BOTANIK” (Studi Kasus Unit Processing Padi Organik Tani Mandiri I di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso). *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 1(1), 01. <https://doi.org/10.22219/agriecobis.vol1.no1.01-08>
- Romadhoni, A., Nurhadi, E., dan Mubarakah. (2022). Kesiediaan Konsumen Membayar Lebih dari Harga Pembelian Ayam Organik di Ranch Market Basuki Rahmat Surabaya. *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA*, 11(1), 18–31.
- Sangadji, E., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai: Himunan Jurnal Penelitian* (Nikoemus (ed.)). CV. Andi Offset.
- Sari, Y., Rasmikayati, E., Saefudin, B., Karyani, T., dan Dewi, S. (2020). Willingness to Pay Konsumen Beras Organik dan Faktor-Faktor yang Berkaitan Dengan Kesiediaan Konsumen untuk Membayar Lebih. *Forum Agribisnis*, 10(1), 46–57. <https://doi.org/10.29244/fagb.10.1.46-57>
- Schiffman, L., and Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior*.
- Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Edisi 3).
- Sholiha, E. U. N., dan Salamah, M. (2015). *SEM-PLS untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur* [Institut Teknologi Sepuluh Nopember]. <https://repository.its.ac.id/59982/1/1311100083-Undergraduate>

Thesis.pdf

- Sholihin, M., dan Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak (ed.); 2nd ed.). CV. Andi Offset.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (R. Sikumbang (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., Noviandi, A., dan Kirbrandoko. (2013). Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Beras Organik di Jabotabek. *Jurnal PANGAN*, 22(2), 19–35. <https://www.jurnalpangan.com/index.php/pangan/article/view/81>
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuisisioner, Alat dan Analisis Data)* (Cetakan 1). Yogyakarta CAPS 2014.
- Suryani, A. S. (2022). Estimasi Willingness to Pay Masyarakat dalam Peningkatan Community Willingness to Pay Estimation in Improving Waste. *Kajian*, 27(1), 89–103. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/view/3591>
- Syahputri, Y. D., dan Nasirudin, N. (2019). Analisis Kesiediaan Membayar WTP (Willingness to Pay) dalam Upaya Perawatan Lingkungan Alun- Alun Kota di Kabupaten Lumajang Jawa Timur. *Jurnal Rekayasa Lingkungan*, 19(2). <https://doi.org/10.37412/jrl.v2i2.6>
- Ulfa, H., Antriandarti, E., dan Agustono, A. (2023). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Beras Merah Organik oleh Konsumen di Kota Surakarta. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 11(2), 381. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v11i2.635>
- Utami, C. (2017). *Manajemen Ritel* (E. Suharsi (ed.)). Salemba Empat.
- Wahyuni, T., dan Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232–243. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8005>
- Waluyo. (2007). *Mikrobiologi Umum*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yunus, I., Siswadi, B., dan Syakir, F. (2019). Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Organik dan Faktor yang Mempengaruhi di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(4), 3–10.