

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, W.(2015). Partial Least Square (PLS): *Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis (Vol. 22)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Aldion, R., Ibrahim A, dan Murniati, K. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen Buah Melon Golden (Cucumis Melo L) di PT. Mekar Unggul Sari Bogor. Jurnal pertanian*. Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*.
- Barker, R. (2002). *Making Sense of Qualitative Data: Complementary Research Strategies*. London: Sage Publications.
- BPS. (2020). *Statistik Hortikultura 2020*. In Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- D. Berhenti, N., M Rattu, J., C Korompis, G., Kunci, K., F. (2021). *Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Buah dan Sayur pada Siswa SMP Kristen Sonder Kabupaten Minahasa*.
- Darman, M., D., Restuhadi, F., Agribisnis, J., Pertanian, F., Riau Jln Subrantas KM, U., dan Baru, S. (2015). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru) The Factors That Affected Consumer Affected Consumer Satisfaction and Loyalty (Case Study at Pasar Buah Sudirman Pekanbaru City)*.
- Darmawan, D. (2017). *Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik*.
- Dewi, N. R. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(1), 1–17.
- Djaali, (2020) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Ermianti, C., Amanah, D., Utami, S., dan Harahap, D. A. (2021). *Minat Beli Konsumen Terhadap Sayuran Organik Pada Pasar Tradisional*. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2), 282–295.
- Ghozali, I., dan Latan, H. (2014). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris (Edisi 2)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Hakim, M. A. (2020). *Pembelian Produk Sayuran pada Toko Sayur di Yogyakarta pada Masa Wabah Covid-19 Skripsi*. 19, 189.
- Halim, N. R., dan Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Harga terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset*. 4(3), 415–424
- Han, R. (2010). *The Influence of The Quality of The Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Perceiver Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions*.
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hasan, A. (2019). *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*.
- Hermina, H., dan S, P. (2016). *Gambaran Konsumsi Sayur dan Buah Penduduk Indonesia dalam Konteks Gizi Seimbang: Analisis Lanjut Survei Konsumsi Makanan Individu (SKMI) 2014*. Buletin Penelitian Kesehatan, 44(3), 4–10.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Konuk, F. A. (2018). Price Fairness, Satisfaction, and Trust as Antecedents of Purchase Intentions towards Organic Food. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(2), 141–148.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- _____. (2016). *Dasar- Dasar Pemasaran Jilid 1* (kesembilan ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Marketing Management. Thirteenth Edition* (B.Sabran, Trans. A. Maulana dan Y. S. Haryati Eds.): Person Education.
- Koto, D. K. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap*

Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan. Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara.

Kusnandar, V. B. (2021). *Sektor Pertanian Tumbuh Tipis 0,38% pada Kuartal II-2021.*

Lancaster, K. J. (1966). A New Approach to Consumer Theory. *Journal of Political Economy*, 74(2), 132–157.

Latan, H., dan Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3.* In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 1–11.

Mankiw, N. G. (2016). *Principles of Microeconomics* (7th ed.). Cengage Learning.

Maria, M., dan Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51.

Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making Profitable Decisions* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Nasution, M. F. R., dan Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 135–142.

Nurfaisah. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.* Universitas Negeri Makassar.

Phule, Savitribay.(2015) *.Analysis of Customer Satisfaction during Online Purchase International Journal of Management Sciences and Business Research.*

Priyanto, S.H. (2019). *Kepuasan Belanja Sayur Online.* Surabaya

Rahmawati, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Sayur Online. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 17(1), 11–23.

Razak, I., Nirwanto, N., Triatmanto, B. (2016). *The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with The Mediator of Customer Value. Journal of Marketing and Consumer Research.* Vol. 30, No 1, pp. 59-68.

Rice, G. (2001). Islamic Ethics and The Implications for Business. *Journal of*

Business Ethics, 18(4), 345–358.

Rimawan, E. (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC Tbk)*.

Ritonga, R.P. (2020). *Analisis Kesadaran Konsumen Dalam Membeli Buah dan Sayur Melalui E- Commerce di Masa Pandemi COVID-19*

Runtunuwu, J.G, Oroh S, dan Taroreh R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Menado, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No 3, 2014 ISSN 2303-1174.

Santoso, S. (2014). *SEM dengan LISREL*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sari, A. W., dan Nugroho, R. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Belanja Daring. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 125–132.

Setiyaningrum, D. S.(2015). *Pemasaran Strategik*. Jakarta: Salemba Empat.

Siti dan Istis. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Sayur Dalam Sistem Pembelian Online Di Cv. Kira Ermina Tulungagung*. Tulungagung

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta

Sujarweni, W. V., dan Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia, 03.

Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.

V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. In Metodologi Penelitian.

Vignesh, S. (2015). *A study on Service Quality and Customer Satisfaction on Chinese Fast Food Sector-Chennai*

Widani, N. L. (2019). *Penyuluhan Pentingnya Konsumsi Buah dan Sayur pada Remaja di Sos Desataruna Jakarta*. Patria, 1(1), 57.

- Wijaya, A . (2019). *Metode Penelitian Menggunakan Smart Pls 03*. Yogyakarta: Innosain
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga Sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 17–28.
- Worthington, R. L. (2000). The Measurement and Development of Racial Identity: A Challenge for Counseling Psychologists. *The Counseling Psychologist*, 28(4), 507–520.
- Yamin, S., Gunawan, dan Sjahputra, H. (2011). *Partial Least Square: Konsep dan Aplikasi Path Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yuliana, R., dan Fitriani, D. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Modern. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 14(1), 22–31.
- Yunus, M., dan Hidayat, R. (2020). Persepsi Logika Perbandingan Harga pada Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 41–55.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.