

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. PT. Rineia Cipta. Jakarta.
- Balista. 2015. *Manfaat Sayuran Organik*. Balai Penelitian Tanaman Sayuran. Diakses tanggal 16 Februari 2023. www.balista.litbang.pertanian.go.id.
- Bukhari, A. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- BPS. 2018. *Konsumsi Perkapita Sayuran Organik dan Anorganik di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Badan Pusat Statistik.
- Fitriani. 2019. *Analisis Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Telepon Seluler Merek Samsung pada Mtc Karebosi Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Edisi Kelima. Cetakan Keenam*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, M. A., dan Riandadari, D. 2018. *Hubungan Prestasi Praktik Kerja Industri Terhadap Minat Bekerja Menjadi Mekanik pada Siswa Kelas Xii Tkr Smk Negeri 1 Pungging Mojokerto*. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 7(2): 68-78
- Glio, M. T. 2015. *Pupuk Organik dan Pestisida Nabati*. PT Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Glio, M. T., dan D. P. Tinton. 2017. *Membuat Pestisida Nabati untuk Hidroponik, Akuaponik, Vertikultur dan Sayuran Organik*. PT AgroMedia Pustaka. Jakarta.
- Inawati, L. 2011. *Manajer Mutu dan Akses Pasar Aliansi Organisme Indonesia (AOI), semiloka “Memajukan Pertanian Organik di Indonesia: Peluang dan Tantangan kedepan”*. Yayasan Bina Sarana Bhakti di Cisarua, Bogor, Jawa Barat.
- Jayakusumah, H. 2011. *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi: studi kasus pada masyarakat kota Bekasi*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta.
- Kartika, J. G. 2016. *Bartanam 8 Sayuran Organik*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.

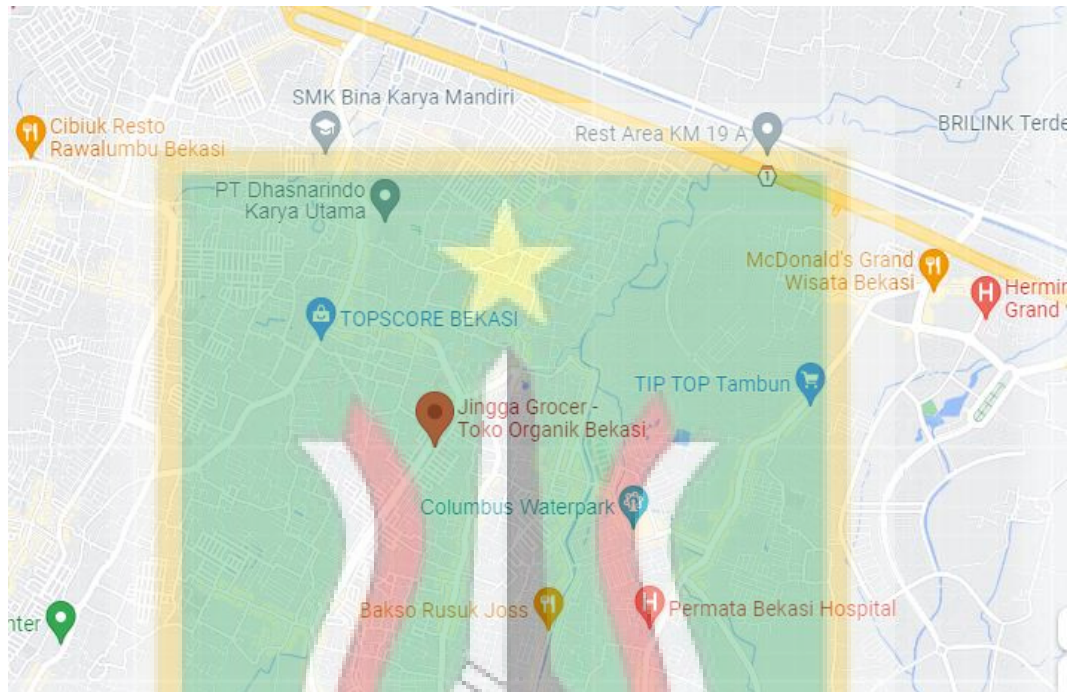
- Morissan. 2012. Metode Penelitian Survei. Kencana: Jakarta.
- Mega. 2008. Pengaruh Pemupukan Terhadap Pertumbuhan dan Produktivitas Beberapa Sayuran Indigenous. SKIPSI : Program Studi Hortikultura, Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Minarni, E. W., D. S. Utami dan N. Prithatiningsih. 2017. Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Melalui Optimalisasi Pemanfaatan Pekarangan dengan Budidaya Sayuran Organik Dataran Rendah Berbasis Kearifan Lokal dan Berkelanjutan. J. Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat. 1 (2): 147-154.
- Noeraini, I. A., dan Sugiyono, S. 2016. Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM). 5(5):1-17.
- Parlyna, R., dan Munawaroh. 2011. Konsumsi pangan organik: meningkatkan kesehatan konsumen. Jurnal Econosains. 9 (2): 157-165.
- Priyatno, D. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahimah, L. N., Murni, Y., dan Lysandra, S. (2018). Pengaruh Penyajian Laporan keuangan Desa, Lingkungan Pengendalian dan Moralitas Individu Terhadap Pencegahan Fraud yang Terjadi dalam Pengelolaan Alokasi Dana Desa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 6(12), 139-154.
- Rembon, A., Mananeke, L., dan Gunawan, E. (2017). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT . Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Emba*, 5(3), 4585–4594.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Soraya, A.P. 2019. Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sayuran Organik Di Hero Lagoon Avenue Bekasi. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. D.I.Y Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2017. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Viesti, R. T. 2017. Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Mom Milk Manahan Solo. Doctoral dissertation. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jawa Tengah.
- Widiyanto, B. 2010. Populasi dan Sampel Penelitian. Pusat Perbukuan Kementerian Pendidikan Nasional. Jakarta.

- Wham, C., Rowe, K., Ali, A., dan Rutherford-Markwick, K. 2017. Influences of caffeine consumption among adult New Zealanders: A qualitative study. *Journal of Caffeine Research* 7(4): 142-150.
- Yudianto. 2020. Proses Sertifikasi Produk Pertanian Organik. Mitra Usaha Tani. Diakses pada tanga 16 Februari 2023 <https://www.mitrasahatani.com/proses-sertifikasi-produk-pertanian.html>.
- Yuliawati, T. 2015. Bertanam Sayuran Organik di Halaman Rumah. PT AgroMedia Pustaka. Jakarta.
- Yuniva, R. Cipta. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Frestea. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Zepri, Z.Z. 2009. Analisis Karakteristik dan Perilaku Konsumen Sayuran Organik (studi kasus di HERO Supermarket Plaza Senayan, Jakarta Pusat).Skripsi. Bogor: Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Lokasi Penelitian



Keterangan : Lokasi Jingga Grocer

Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner

Responden	X1					T	RT2	X2				T	RT2	X3					T	RT2	X4				T	RT2	X5				T	RT2	Y					T	RT2
	1	2	3	4	5			1	2	3	4			1	2	3	4	1			2	3	4	1			2	3	4	1			2	3	4	5			
1	3	4	4	4	3	18	3,6	2	2	5	4	13	3	4	4	4	2	14	3,5	3	3	5	3	14	3,5	4	2	5	2	13	3,25	4	5	3	3	2	17	3,4	
2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5		
3	3	2	2	3	3	13	2,6	3	3	2	2	10	3	3	2	2	2	9	2,25	2	2	3	1	8	2	4	4	2	4	14	3,5	3	5	3	3	2	16	3,2	
4	3	5	5	5	3	21	4,2	2	4	2	3	11	3	3	3	3	5	14	3,5	3	3	3	3	12	3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5		
5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5		
6	4	4	5	5	4	22	4,4	4	5	3	3	15	4	3	3	3	4	13	3,25	4	4	4	2	14	3,5	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	21	4,2	
7	3	2	4	2	4	15	3	4	4	4	3	15	4	4	3	4	3	14	3,5	4	2	4	4	14	3,5	5	4	5	4	18	4,5	5	5	4	4	5	23	4,6	
8	4	4	4	2	4	18	3,6	4	5	2	4	15	4	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	17	4,3	4	2	4	4	14	3,5	4	4	4	4	2	18	3,6	
9	4	4	3	4	4	19	3,8	3	4	4	2	13	3	4	4	4	5	17	4,25	3	4	4	2	13	3,3	3	2	4	3	12	3	3	3	3	3	3	15	3	
10	2	3	4	4	2	15	3	3	3	2	2	10	3	3	3	4	4	14	3,5	1	1	3	1	6	1,5	3	2	2	3	10	2,5	3	3	2	3	3	14	2,8	
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	15	4	4	3	4	3	14	3,5	3	3	3	3	12	3	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	4	20	4	
12	4	4	4	4	5	21	4,2	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	15	3,75	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	20	4	
13	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	18	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5		
14	2	3	3	5	3	16	3,2	5	5	5	4	19	5	4	3	5	3	15	3,75	3	3	3	4	13	3,3	3	1	3	4	11	2,75	5	5	3	4	1	18	3,6	
15	4	4	4	5	2	19	3,8	4	5	4	4	17	4	4	4	5	4	17	4,25	4	4	2	2	12	3	4	2	4	4	14	3,5	4	4	4	4	2	18	3,6	
16	5	4	4	4	4	21	4,2	4	5	2	4	15	4	4	5	4	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4	5	5	4	5	19	4,75	4	4	3	3	4	18	3,6	
17	3	3	4	4	3	17	3,4	4	5	2	4	15	4	3	3	4	2	12	3	4	4	4	4	16	4	4	3	3	3	13	3,25	3	4	2	3	2	14	2,8	
18	3	3	4	4	3	17	3,4	4	4	4	4	16	4	3	3	4	2	12	3	3	3	4	3	13	3,3	4	3	3	3	13	3,25	3	4	2	3	2	14	2,8	
19	2	4	4	3	4	17	3,4	4	4	2	4	14	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	2	4	2	12	3	4	4	4	4	2	18	3,6	
20	5	2	4	4	4	19	3,8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	14	3,5	4	4	4	3	15	3,8	3	3	3	4	13	3,25	4	4	4	4	4	20	4	
21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	4	4	3	3	14	3,5	4	4	3	3	14	3,5	3	3	3	3	3	15	3	

Responden	X1					T	RT2	X2				T	RT2	X3				T	RT2	X4				T	RT2	X5				T	RT2	Y					T	RT2
	1	2	3	4	5			1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4	1		
22	2	5	4	4	4	19	3,8	3	4	4	4	15	4	5	5	5	3	18	4,5	3	5	5	4	17	4,3	4	2	4	4	14	3,5	5	4	5	5	2	21	4,2
23	4	4	4	4	3	19	3,8	4	4	3	4	15	4	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	3	15	3,8	2	2	3	4	11	2,75	4	4	4	4	2	18	3,6
24	2	2	2	2	2	10	2	2	4	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	15	3
25	3	3	4	4	3	17	3,4	3	3	4	4	14	4	4	3	4	3	14	3,5	3	3	3	3	12	3	4	5	4	3	16	4	4	4	4	4	4	20	4
26	5	2	3	5	5	20	4	5	5	1	1	12	3	3	3	3	5	14	3,5	2	3	3	4	12	3	3	3	3	3	12	3	3	4	3	2	5	17	3,4
27	3	4	4	5	5	21	4,2	5	5	3	4	17	4	4	4	4	2	14	3,5	4	4	4	4	16	4	5	4	5	4	18	4,5	4	4	4	4	4	20	4
28	4	5	5	5	3	22	4,4	5	4	5	3	17	4	3	3	5	4	15	3,75	3	4	5	3	15	3,8	4	3	4	2	13	3,25	5	4	5	3	3	20	4
29	3	4	5	5	5	22	4,4	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	3	5	5	18	4,5	5	5	4	5	3	22	4,4
30	5	4	4	4	5	22	4,4	5	5	4	4	18	5	4	4	5	3	16	4	4	4	5	4	17	4,3	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	4	21	4,2
31	2	1	2	4	5	14	2,8	4	4	5	1	14	4	2	2	2	1	7	1,75	3	3	4	1	11	2,8	1	1	2	1	5	1,25	3	3	2	4	1	13	2,6
32	2	3	4	4	4	17	3,4	3	4	2	3	12	3	4	4	4	3	15	3,75	3	4	4	4	15	3,8	5	5	4	4	18	4,5	4	4	4	4	4	20	4
33	5	5	5	5	5	25	5	5	5	2	4	16	4	4	4	4	4	16	4	5	5	5	3	18	4,5	4	2	4	3	13	3,25	4	5	5	5	2	21	4,2
34	4	4	4	5	3	20	4	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	16	4	5	5	4	5	19	4,75	4	4	5	5	5	23	4,6
35	2	2	2	2	1	9	1,8	2	1	5	3	11	3	3	3	3	2	11	2,75	3	3	3	2	11	2,8	2	1	3	4	10	2,5	2	3	3	3	1	12	2,4
36	4	4	4	4	3	19	3,8	3	4	2	2	11	3	4	4	4	3	15	3,75	3	3	3	4	13	3,3	3	2	3	3	11	2,75	4	4	4	4	2	18	3,6
37	4	3	3	4	4	18	3,6	4	4	3	3	14	4	3	3	4	3	13	3,25	3	3	4	3	13	3,3	4	3	3	3	13	3,25	4	4	3	4	4	19	3,8
38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	2	4	16	4	4	4	5	3	16	4	4	3	4	3	14	3,5	5	2	5	3	15	3,75	4	5	5	4	3	21	4,2
39	3	2	2	2	4	13	2,6	5	5	1	3	14	4	3	3	5	5	16	4	3	3	3	4	13	3,3	2	1	3	4	10	2,5	3	5	3	3	1	15	3
40	5	3	4	5	5	22	4,4	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	3	19	3,8
41	3	5	5	5	3	21	4,2	3	3	5	5	16	4	4	5	5	1	15	3,75	2	5	4	2	13	3,3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	24	4,8
42	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	18	5	5	5	5	4	19	4,75	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	2	18	3,6
43	5	5	4	4	5	23	4,6	3	5	4	4	16	4	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	3	15	3,8	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	5	21	4,2
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	12	3	4	4	4	4	3	19	3,8

Responden	X1					T	RT2	X2				T	RT2	X3				T	RT2	X4				T	RT2	X5				T	RT2	Y					T	RT2
	1	2	3	4	5			1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4	1		
45	3	4	4	5	4	20	4	3	4	5	3	15	4	4	5	4	3	16	4	4	3	4	15	3,8	5	5	3	5	18	4,5	4	4	4	4	5	21	4,2	
46	4	3	3	5	5	20	4	5	5	4	4	18	5	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	14	3,5	5	4	4	5	18	4,5	4	4	3	3	5	19	3,8
47	5	3	3	4	5	20	4	5	5	2	3	15	4	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	13	3,3	4	3	5	3	15	3,75	4	4	3	3	3	17	3,4
48	4	4	4	4	3	19	3,8	4	4	2	4	14	4	4	3	5	4	16	4	5	4	4	4	17	4,3	4	4	4	3	15	3,75	4	4	5	4	4	21	4,2
49	4	4	2	3	2	15	3	3	3	4	3	13	3	3	2	2	3	10	2,5	3	3	2	2	10	2,5	2	2	3	3	10	2,5	3	3	3	3	3	15	3
50	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	17	4,25	4	4	5	5	5	23	4,6
51	5	4	4	4	5	22	4,4	5	5	1	3	14	4	3	4	4	4	15	3,75	3	3	4	4	14	3,5	4	4	3	3	14	3,5	4	4	4	3	3	18	3,6
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	14	4	4	3	4	3	14	3,5	4	3	4	4	15	3,8	4	4	3	4	15	3,75	3	4	4	3	4	18	3,6
53	2	3	5	5	2	17	3,4	2	3	4	3	12	3	4	4	3	3	14	3,5	3	3	4	3	13	3,3	3	1	3	3	10	2,5	4	4	3	4	1	16	3,2
54	2	4	4	3	4	17	3,4	4	4	2	4	14	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	2	4	2	12	3	4	4	4	4	2	18	3,6
55	5	2	4	4	4	19	3,8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	14	3,5	4	4	4	3	15	3,8	3	3	3	4	13	3,25	4	4	4	4	4	20	4
56	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	4	4	3	3	14	3,5	4	4	3	3	14	3,5	3	3	3	3	3	15	3
57	2	5	4	4	4	19	3,8	3	4	4	4	15	4	5	5	5	3	18	4,5	3	5	5	4	17	4,3	4	2	4	4	14	3,5	5	4	5	5	2	21	4,2
58	4	4	4	4	3	19	3,8	4	4	3	4	15	4	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	3	15	3,8	2	2	3	4	11	2,75	4	4	4	4	2	18	3,6
59	2	2	2	2	2	10	2	2	4	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	15	3
60	3	3	4	4	3	17	3,4	3	3	4	4	14	4	4	3	4	3	14	3,5	3	3	3	3	12	3	4	5	4	3	16	4	4	4	4	4	4	20	4

Keterangan : Tabulasi Hasil Kuesioner pada Konsumen Jingga Grocer

- Gaya Hidup (X1)
- Sikap (X2)
- Kualitas Produk (X3)
- Harga (X4)
- Lokasi (X5)

Lampiran 3. Hasil Output Analisis Data Uji F, Uji T, Koefisien Determinasi

1. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.199	5	3.440	20.336	.000 ^b
	Residual	9.134	54	.169		
	Total	26.333	59			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, SIKAP, HARGA

2. Uji T (Persial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.078	.139		.560	.578
	Ln_X1	.260	.094	.302	2.757	.008
	Ln_X2	.329	.118	.294	2.781	.007
	Ln_X3	.164	.111	.170	1.472	.147
	Ln_X4	.010	.099	.011	.101	.920
	Ln_X5	.181	.067	.264	2.711	.009

a. Dependent Variable: Ln_Y

3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808 ^a	.653	.621	.41128

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, SIKAP, HARGA

LAMPIRAN

Lampiran 4. Gambar Toko Jingga Grocer



Toko Jingga Grocer tampak depan



Kondisi ruangan Jingga Grocer



Rak produk organik yang di jual Jingga Grocer



Sayuran organik yang di jual di Jingga Grocer

Lampiran 5. Sayuran Organik di Jingga Grocer



Timun merupakan salah satu sayuran organik yang di jual di Jingga Grocer

Sayuran hijau yang di jual di Jingga Grocer

Lampiran 6. Foto bersama Pemilik Toko Jingga Grocer



Foto bersama pemilik Jingga Grocer

Lampiran 7. Foto bersama Responden



Foto bersama konsumen Jingga Grocer



Wawancara dengan konsumen Jingga Grocer

SKRIPSI_MEI_ATIKAH_SARI.docx

ORIGINALITY REPORT

20% SIMILARITY INDEX	21% INTERNET SOURCES	9% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.stei.ac.id Internet Source	3%
2	www.stmb-multismart.ac.id Internet Source	3%
3	konsultasiskripsi.com Internet Source	2%
4	eprints.undip.ac.id Internet Source	2%
5	jurnal.unsur.ac.id Internet Source	2%
6	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
7	www.trubus-online.co.id Internet Source	1%
8	repositori.unsil.ac.id Internet Source	1%
9	jepa.ub.ac.id Internet Source	1%