

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. Rizki dan Ayu. Ekasari, “Antecedent Dari Intensi Membeli Beras Organik”, **e-Journal Manajemen Fakultas Ekonomi**. Februari 2014, hal. 59-75.
- Amanah. Dita, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan”, **Jurnal Keuangan dan Bisnis**. Maret 2010, 2, hal. 71-87.
- Andriansyah. M. Ari, “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies**”. Universitas Binus, 2011.
- Anggelina. J.P., dan Edwin. Japarianto, “Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya”, **Jurnal Strategi Pemasaran**. 2014. 2, hal. 1-7.
- Arip, Marcho. “**Faktor-faktor Pembentukan Sikap**”, <http://marcho-arip.blogspot.com/2012/08/faktor-faktor-pembentukan-sikap-attitude.html>. 2014. (Diakses pada tanggal 20 Maret 2015).
- Aristogama, **Norma Subjektif**, <https://skripsikologi.wordpress.com/tinjauan-pustaka/theory-of-planned-behavior/intensi/norma-subjektif/>. 2008. (Diakses pada tanggal 5 April 2015).
- Azwar. **Metode Penelitian**. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2012.
- Azwar. **Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya**. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2011.
- Barus. Sarjana, **Analisis Sikap Dan Minat Konsumen Dalam Membeli Buah Buah Di Carrefour, Plaza Medan Fair Dan Supermarket Brastagi, Medan**. Tesis. Medan: Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara, 2008.
- Baron. B.A, dan Byrne. D. **Social Psychology 13th edition**. 2014. Boston: Allyn & Bacon, hal. 42.
- Bougie, Roger dan Uma Sekaran,. **Research Methods For Business, Fifth Edition**. : John Wiley and Sons Ltd, 2010.

Clinic. B. **Pengertian pola hidup sehat,**

<https://www.facebook.com/bclinicindonesia/posts/500447376684876>,
2013. (Diakses pada tanggal 22 Februari 2015).

Cahyadi. I. Febri, **Pengaruh Persepsi Harga, Atribut Produk, Dan Persepsi**

Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. Skripsi Sarjana.

Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2014.

Eco Organic, **Mengapa Makanan Organik Mahal,**

<http://www.ecoorganicindonesia.com/mengapa-makanan-organik-mahal/>.

(Diakses pada tanggal 25 Februari 2015).

Eriyani dan Wiyono, “Pengaruh Sikap, Persepsi Kontrol, dan Norma Subyektif

Pada Nia Beli Kosmetik Organik: Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas

Maret Surakarta”. **Fokus Manajerial.** 11, 2012, hal. 140-154

Fuad Lukman, <http://kantinkuning.blogspot.com/2013/12/minat-beli.html>.
2013.

Diakses pada tanggal 30 April 2015.

Gaya Hidup Sehat, (<http://repository.usu.ac.id/>). Diakses pada tanggal 22
Februari

2015

Hawkins. Del I, Mothersbaugh. David L, **Consumer Behavior Building Marketing Strategy.** Alabama: 2010.

Hartono. Jogiyanto, **Sistem Informasi Keperilakuan.** Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta. 2007.

Hong. Hye Hyun, “**Scale Development for Measuring Health Consiousness Re conceptualization**”, University of Missouri. 2010.

Idaman. Northa, Lilik. N Yulianti, dan Retnaningsih, “Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik”, **Jurnal Manajemen & Agribisnis.** Juli 2012, 9, hal. 117- 126.

Ildrakasih. N, Dian Chalil, dan Sri Fajar Ayu. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Beras Organik,** Studi Kasus. Medan. 2014.

- Jaafar. S Nurafifah, Pan E. Lalp, dan Mohaini M. Naba, “Consumer’s Perception, Attitudes, and Purchase Intention, toward Private Label Food Product in Malaysia”. **Asian Journal of Business and Management Sciences**. 2012. Vol. 2 No. 8, hal 73-90.
- Junaedi. Shellyana, “Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan”. **Gadjah Mada Internasional Journal of Business**. 2008. Vol. 9 No. 1, hal 81-99.
- Kang Juned, **Pengertian Makanan Organik**. 2015. <http://informasi.melilea.blogspot.com/2011/02/pengertian-makanan-organik.html>, (Diakses pada tanggal 20 Februari 2015).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/gengsi>), Diakses pada tanggal 20 Maret 2015.
- Kim. Jeong-Ok, Mee-Lan. Jung, dan Moon-Jung. Kim, **The Effect of Food Choice Motive on Attitude and Purchase Intention toward Organic Food**, Maret 2014. 12. hal. 17-24.
- Kusdyah. Ike, “Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan”, **Jurnal Manajemen Pemasaran**. April 2012, 7, hal. 25-32.
- Kunjtara, **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen**. 2007, p. 53.
- Lukman, Fuad. **Minat Beli**, http://kantinkuning.blogspot.com/2013/12/minat_beli.html. 2015. (Diakses pada tanggal 20 Februari 2015).
- Mayrowani, Henny. “Pengembangan Pertanian Organik Di Indonesia”. **Forum Penelitian Agro Ekonomi**. Desember 2012, 30, hal. 91-108.
- Malhotra K, Naresh. **Marketing Research An Applied Orientation. Global Edition**. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010.
- Malhotra, Naresh K. **Riset Pemasaran**, Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Pomsanam. P, K. Napompeh, dan S. Suwanmanepong, “Factor Driving Thai Consumer’s Intention to Purchase Organic Foods”, **Asian Journal of Scientific Research**. 2014, hal. 434-446.

- Priyatno, Dwi. **Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS**. Yogyakarta: Mediakom. 2010.
- Putra, Aditya Hutama. **Analisis Pengaruh Brand Liking, Subjective Norms, Attitude Towards Brand Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal Di Kota Semarang**. Skripsi Sarjana, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2014.
- Putri, Ratih. **Pengertian Gaya Hidup Sehat**. 2015.
http://www.kompasiana.com/ratihputri/pengertian-budaya-hidup-sehat_54f474c67455137b2b6c8b5f (Diakses pada tanggal 21 Februari 2015)
- Purwandariy. C Novria, **Analisis Pengaruh Health Consciousness, Environmental Attitude Terhadap Attitude Toward Organic Foods Yang Dimediasi Oleh Healthy Lifestyle**. Skripsi Sarjana. Surakarta: Fakultas Ekonomi Unviersitas Sebelas Maret, 2010.
- Rahim. Hairazi, Nasir. Shamsudin, Zainalabidin. Mohamed, dan Alias. Radam, “Exploring Influential Dimension Toward Intention To Purchase Green Food Among Malaysian Consumers”. **Economic and Technology Management Review**. 2013. 8. Hal 95-101
- Rahmah, **Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Norma Subjektif, dan PBC Terhadap Intensi Membeli Buku Refrensi Ilegal Pada Mahasiswa UIN Syarif Hiadayatullah Jakarta**. Skripsi Sarjana 2011. Jakarta: Fakultas Psikologi Unviersitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011
- Rahma. Talitha, L. Verina Halim, dan S. V Heru Hariyanto, “Hubungan Antara Kualitas layanan Dan Harga Dengan Kepuasan Konsumen Online Shopping Pada Mahasiswi Unversitas Surabaya”, **Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya**, 2012, 1, hal. 1-12
- Rezki. Rahmad, *et al.* **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ruko Pada CV. Sinar Jaya Global Steel Padang**. Padang: Universitas Tamansiswa Padang, 2014.
- Shaharudin. M Rizaimy, Jacqueline. J Pani, Suhardi. W Mansor, dan Shamsul.Elias, “Factors Affecting Purchase Intention of Organic Food in Malaysia’s Kedah State”. **Cross-Cultural Communication**, 2010, 6, hal 105 - 116
- Sutojo. Siswanto, **Menyusun Strategi Harga**. Jakarta: Penerbit Damar Mulia Pustaka, 2001.

- Suradi, Mujiono, dan Yunelly, **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selar Akar Merbau)**. Akar Merbau, 2009.
- Sugiyono, **Statistik Untuk Penelitian**. Bandung: Alfabeta, 2012
- Sugiyono. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sekaran. Uma, **Research Method For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis), Edisi 4 Buku 1**, Jakarta: Salemba Empat, 2008, hal. 368.
- Sanusi, A. **Metode Penelitian Bisnis**. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Thio. Shienny, Ninna. Yuanita, Sari. Harianto, dan R Ferdinand. Sosiawan, “Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Surabaya”, **Jurnal Manajemen Perhotelan**. 2008, 4, hal. 18-27.
- Triastity. Rahayu, dan Sumarno. D Saputro, “Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Pepsodent”. **GEMA**. Februari-Juli 2013, 46, hal. 1210 - 1213.
- Wawan. A dan Dewi. M, **Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia**. Yogyakarta: Penerbit Nuha Medika, 2010.
- Wahyono, Budi. **Theory of Planned Behavior**, <http://www.pendidikanekonomi.com/2014/08/teori-perilaku-yang-direncanakan-theory.html>. 2014. (Diakses pada tanggal 6 April 2015).
- Waskito. Danang, M. Ananto Z, Andre Rezza S.P, “Persepsi Masyarakat Terhadap Makanan Organik Di Yogyakarta”, **PELITA**. April 2014, 1, hal. 36-48.
- Weenas. Jackson R.S, “Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta”, **Jurnal EMBA**, Desember 2013, 4, hal. 607-618.
- Willer. Helga, “Organic Agriculture Worldwide Key results from the global survey on organic agriculture 2011”. **Research Institute Of Organic Agriculture FiBL**. Switzerland, 2011, hal. 1-36.
- Wong. William, **Planned Behavior Theory**,

<https://wilyleo.wordpress.com/2012/03/05/planned-behavior-theoryplannedbehavior-theory/>. 2012. (Diakses pada tanggal 5 April 2015).

Yang. Mingyan, Sarah. Al-Shaabani, Tram B. Nguyen, **Consumer Attitude and Purchase Intention Toward Organic Food**. Master Thesis. Linnaeus University, 2014.