

**ANALISIS KARAKTERISTIK DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP SAYURAN ORGANIK
DI TRANSMART PALEMBANG *CITY CENTER***

**Oleh
VIVIN AUDINA**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

PALEMBANG

2022

**ANALISIS KARAKTERISTIK DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP SAYURAN ORGANIK
DITRANSMART PALEMBANG *CITY CENTER***

Oleh
VIVIN AUDINA
412017017

SKRIPSI
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian

Pada
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

PALEMBANG
2022

Motto :

“Our job is to finish what was started, it doesn't matter how fast or slow the process”

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

***Kedua orangtuaku tercinta :
Ayahanda (Helnizun) dan ibunda (Susriyanti)
Yang senantiasa mendukung, mendoakan serta
Memberikan semangat untukku menyelesaikan
studi.***

***Terimakasih kepada dosen Agribisnis FP UMP
Terimakasih kepada teman teman angkatan 17***

Dan Almamater hijauku.

RINGKASAN

VIVIN AUDINA, Analisis Karakteristik dan Sikap Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Transmart Palembang *City Center* (dibimbing oleh **RAFEAH ABUBAKAR DAN INNIKE ABDILLAH FAHMI**).

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana karakteristik konsumen yang membeli sayuran organik serta bagaimana sikap konsumen dalam membeli sayuran organik berdasarkan atribut sayuran organik dan atribut pasar. Penelitian ini dilaksanakan di Transmart Palembang *City Center* pada bulan Maret 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah cara acak (*Accidental Sampling*), dimana dalam penelitian ini proses pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan yang dijumpai di lokasi penelitian yang sekiranya cocok sebagai sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan alat bantu berupa daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Metode pengolahan data yang digunakan adalah editing, coding, dan tabulating. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karakteristik konsumen yang membeli sayuran organik di Transmart Palembang *City Center* didominasi oleh wanita yang telah menikah yang berada dalam kelompok usia (26-41 tahun), berprofesi sebagai ibu rumah tangga dengan tingkat pendidikan sarjana, yang kenyakin mempunyai jumlah anggota keluarga 3-4 orang, dengan penghasilan lebih dari Rp. 3 juta perbulan. Berdasarkan analisis sikap multiatribut fishbein terhadap atribut sayuran organik dan atribut pasar di Transmart Palembang *City Center*. Sikap konsumen terhadap atribut sayuran organik dan atribut pasar di Transmart Palembang *City Center* bersikap positif.

SUMMARY

VIVIN AUDINA, Analysis of Consumer Characteristics and Attitudes towards Organic Vegetables at Transmart Palembang City Center (supervised by **RAFEAH ABUBAKAR AND INNIKE ABDILLAH FAHMI**).

This study was conducted to determine the characteristics of consumers who buy organic vegetables and how consumers' attitudes in buying organic vegetables are based on the attributes of organic vegetables and market attributes. This research was conducted at Transmart Palembang City Center in March 2022. The research method used was a survey method. The sampling method used is random (Accidental Sampling), where in this study the sampling process was carried out by chance which was found at the research location if it was suitable as a sample. The data collection method used in this study was direct observation and interviews with respondents using a tool list in the form of a list of questions that had been prepared in advance. Data processing methods used are editing, coding, and tabulating. and the data analysis used is descriptive qualitative and quantitative analysis. The results of the study show that the characteristics of consumers who buy organic vegetables at Transmart Palembang City Center are dominated by married women who are in the age group (26-41 years), work as housewives with a bachelor's education level, most of whom have 3 family members. 3-4 people, with an income of more than Rp. 3 million per month. Based on the analysis of the multi-attribute fishbein attitude towards the attributes of organic vegetables and market attributes at Transmart Palembang City Center. Consumer attitudes towards the attributes of organic vegetables and market attributes at Transmart Palembang City Center are positive.

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS KARAKTERISTIK DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP SAYURAN ORGANIK
DITRANSMART PALEMBANG CITY CENTER**


Oleh
VIVIN AUDINA
412017017

Telah dipertahankan ada ujian tanggal 26 Agustus 2022

Pembimbing Utama,


Ir. Rafeah Abubakar, M., Si

Pembimbing Pendamping,


Innike Abdillah Fahmi, S/P M., Si

Palembang, 06 September 2022

**Dekan
Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Palembang**




Ir. Rosmiah, M.Si
NIDN/NBM:0003056411/913811

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vivin Audina
Tempat/Tanggal Lahir : Banuayu, 16 Juni 1999
NIM : 412017017
Program Studi : Agribisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan Bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh-sungguh serta bukan merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul jika terdapat pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
3. Memberikan hak kepada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan di media secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 19 Agustus 2022



(Vivin Audina)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Karakteristik Dan Sikap Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Transmart Palembang *City Centery* yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana agribisnis.

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada pembimbing utama dan pembimbing pendamping ibu Ir. Rafeah Abubakar, M.Si dan ibu Innike Abdillah Fahmi, SP., M.Si yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, perhatian, motivasi dan saran dalam penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua amal baik kita. Amin

Palembang, 19 Agustus 2022

Peneliti

RIWAYAT HIDUP

VIVIN AUDINA dilahirkan di Desa Banuayu Kecamatan Lubuk Batang Kabupaten Ogan Komering Ulu pada tanggal 16 Juni 1999, merupakan anak pertama dari Ayahanda Helnizun dan Ibunda Susriyanti

Menyelesaikan TK tahun 2005 di Shandy Putra Telkom, Pendidikan Sekolah Dasar telah diselesaikan Tahun 2011 di SD Negeri 138 OKU, Sekolah Menengah Pertama Tahun 2014 di SMP Negeri 01 Baturaja, Sekolah Menengah Umum Tahun 2017 di SMA Negeri 05Baturaja. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang Tahun 2017 Program Studi Agribisnis

Pada Bulan Juli sampai Agustus 2020 penulis mengikuti program magang di PT. SRI ANDAL LESTARI Desa Tanjung Laut Kecamatan Suak Tapeh kabupaten Banyuasin. Pada bulan Januari sampai Maret 2021 penulis mengikuti Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke 55 di RT. 29 Kelurahan 13 Ulu Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

Pada bulan Mare 2022 penulis melaksanakan penelitian tentang Analisis Karakteristik dan Sikap Konsumen Sayuran Organik di Transmart Palembang *City Center*.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu Sejenis.....	5
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Gambaran Umum Sayuran Organik.....	11
2.2.2 Konsepsi Sikap Konsumen	12
2.2.3 Konsepsi Karakteristik Sayuran	13
2.2.4 Konsepsi Atribut Produk.....	15
2.3 Model Pendekatan.....	17
2.4 Batasan Penelitian Dan Operasional Variabel	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Tempat Dan Waktu.....	19
3.2 Metode Penelitian	19
3.3 Metode Penarikan Contoh	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Metode Pengolahan Dan Analisis Data	21
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Hasil Penelitian	25
4.1.1 Keadaan Umum Sayuran Organik di Transmart Palembang <i>City Center</i>	26
4.1.2 Karakteristik Konsumen sayuran Organik di Transmart Palembang <i>City Center</i>	27
4.1.3 Sikap Konsumen	27
4.1.3.1 Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik dan Aribut Pasar	27
4.2 Pembahasan	28
4.2.1 Karakteristik Konsumen	28
4.2.1.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia ...	28
4.2.1.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	30

4.2.1.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status ...	30
4.2.1.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	31
4.2.1.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	32
4.2.1.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan	33
4.2.1.7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	33
4.2.2. Sikap Konsumen	34
4.2.2.1 Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik.....	34
4.2.2.2 Sikap Konsumen Terhadap Atribut Pasar	37
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	9
2. Skala Likert	22
3. Skala Pengukuran Penilaian Sikap Terhadap Atribut Sayuran Organik dan Atribut Pasar pada Evaluasi (ei) dan Kepercayaan (bi)	24
4. Skala Pengukuran Penilaian Atribut Sayuran Organik dan Atribut Pasar Evaluasi (ei) dan Kepercayaan (bi)	24
5. Karakteristik Konsumen Sayuran Organik di Transmart Palembang <i>City Center</i>	26
6. Perhitungan Fishbein Atribut Sayuran Organik di Transmart Palembang <i>City Center</i>	28
7. Perhitungan Fishbein Atribut Pasar di di Transmart Palembang <i>City Center</i>	28

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Grafik Luas Lahan Pertanian Organik Indonesia.....	2
2. Komponen dalam Sikap	12
3. Diagramatik Sikap Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Transmart Palembang <i>City Center</i>	17

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1.Karakteristik Konsumen.....	45
2. Sikap Konsumen Terhadap Kepercayaan Atribut Sayuran Organik.....	48
3. Sikap Konsumen Terhadap Evaluasi Atribut Sayuran Organik.....	50
4. Sikap Konsumen Terhadap Kepercayaan Atribut Pasar	52
5. Sikap Konsumen Terhadap Evaluasi Atribut Sayuran Organik.....	54
6. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik	56
7. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Atribut Pasar	58
8. Dokumentasi Penelitian	60
9. Surat Selesai Penelitian	61

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola hidup sehat kini telah melembaga secara global dan mensyaratkan jaminan bahwa produk pertanian harus beratribut aman dikonsumsi, kandungan nutrisi tinggi dan ramah lingkungan (Mayrowani, 2012). Masyarakat saat ini mulai sadar akan bahaya yang ditimbulkan oleh pemakaian bahan kimia sintetis dalam pertanian. Masyarakat menjadi lebih selektif dalam memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan juga ramah lingkungan. Mengonsumsi sayuran dapat menjadi pilihan untuk memulai pola hidup sehat. Sayuran sendiri merupakan bahan pangan yang kaya akan nutrisi serta vitamin yang dibutuhkan oleh tubuh demi menjaga kesehatan tubuh.

Terdapat slogan mengenai gaya hidup sehat yaitu *“Back to Nature”* trend baru meninggalkan pola hidup lama yang menggunakan bahan kimia non alami yakni pestisida kimia, sintetis dan hormon tumbuh dalam produksi pertanian menjadi berpindah mengonsumsi pangan yang lebih sehat dan bergizi tinggi dapat diproduksi dengan metode baru yang dikenal dengan pertanian organik. Sayuran organik merupakan sayuran yang terbebas dari zat kimia karena proses budidayanya dilakukan secara alami tanpa ada bantuan bahan kimia seperti pestisida. Mengonsumsi sayuran organik dinilai lebih sehat ketimbang sayuran non organik yang terkontaminasi oleh zat kimia dalam proses budidayanya.

Menurut Survei Pertanian Organik Indonesia (SPOI) pada tahun 2015 mencatat jumlah produsen pangan organik di Indonesia meningkat sekitar 56 persen dibanding tahun sebelumnya. Dari hal tersebut dapat kita lihat bahwa tingkat konsumsi sayuran organik meningkat setiap tahunnya ditandai dengan peningkatan jumlah luas lahan pertanian organik. Di Indonesia pertanian organik pertama kali diperkenalkan oleh Yayasan Bina Sarana Bakti (BSB) di Bogor, Jawa Barat pada tahun 1984. Meskipun sudah sedari lama diperkenalkan di Indonesia namun pertanian organik baru mulai populer di awal tahun 2000-an.

Dibuktikan dengan adanya peningkatan luas lahan pertanian organik dari tahun ke tahun dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1 Grafik Luas Lahan Pertanian Organik Indonesia
Sumber : Statistik Pertanian Organik Indonesia 2019

Gambar 1 menunjukkan bahwa luas lahan pertanian organik di Indonesia rata - rata mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan luas lahan pertanian organik menandakan bahwa terdapat peningkatan konsumsi masyarakat akan sayuran organik. Hal ini memperlihatkan bahwa masyarakat sudah mulai memperhatikan gaya hidup sehat. Meskipun tahun 2016 terjadi penurunan sekitar 4.369,99 hektar yang disebabkan tidak diperpanjangnya sertifikasi sayuran organik oleh pelaku pertanian organik. Namun kembali meningkat ditahun 2017, terjadi peningkatan yang cukup pesat yakni dari luas lahan 126.014,39 hektar menjadi 208.042,06 hektar ditahun 2017. Sampai pada tahun 2018 luas lahan pertanian organik di indonesia menjadi 251.630,98 hektar. (*Organic Institut, 2019*). Indonesia saat ini menempati posisi ke - 21 dunia dalam kategori luasan lahan organik, sehingga Indonesia memiliki potensi yang cukup besar mengingat masih terdapat banyak lahan serta komoditas yang bisa menjadi unggulan.

Wilayah Sumatera Selatan sampai saat ini belum dijumpai pelaku pertanian organik yang tersertifikasi menurut standar pengelolaan pangan organik. Namun meskipun begitu kebutuhan masyarakat kota palembang akan sayuran organik tetap

dapat terpenuhi. Pasar untuk sayuran organik di kota Palembang tidak dapat dijumpai di pasar tradisional melainkan hanya dapat dijumpai di berbagai supermarket atau mall tertentu di Kota Palembang. Salah satunya yaitu di Supermarket yang ada di Transmart Palembang *City Center*. Penelitian ini dilakukan di Transmart Palembang *City Center* karena merupakan supermarket meskipun terhitung terbilang baru yaitu berdiri pada tahun 2017 namun sudah terdapat sayuran organik yang dijual, adapun jenis sayuran organik yang dijual antara lain caisim, pakcoy, bayam merah, selada merah, pitterseli, kale, kangkung.

Sayuran organik di Supermarket Transmart cukup beragam, hal itu tidak luput juga dari kerjasama yang dilakukan oleh pihak Transmart Palembang *City Center* yaitu bermitra dengan *supplier* baik dari Palembang maupun non-Palembang demi memenuhi kebutuhan konsumen akan sayuran organik. *Supplier* dari Palembang ada dari yang hidroponik. Sedangkan dari non-Palembang yaitu Living Organik Indonesia dan Fresh Harvest. Beberapa merek atau label sayur organik di atas tersertifikasi namun masih terdapat pestisida atau bahan kimia lainnya namun dalam batas yang diawasi. Berbeda dengan salah satu merk sayur organik yang tersertifikasi menurut standar pengelolaan pangan organik yaitu produk dari Living Organik Indonesia yang berasal dari Cianjur Jawa Barat yang produknya telah mengantongi sertifikasi yang menyatakan bahwa produk tersebut bebas pestisida dan senyawa kimia lainnya menurut Standar Nasional Indonesia (SNI) 01-6729-2002.

Diantara banyaknya ragam sayuran yang tersedia di Supermarket Transmart Palembang *City Center* terdapat sayuran yang paling banyak diminati konsumen yaitu sayuran yang paling diminati di Transmart Palembang *City Center* yaitu pakcoy, bayam, kangkung dan caisim. Banyaknya jenis sayuran organik yang tersedia serta lamanya Supermarket Transmart PCC berdiri menjadikan peneliti ingin mengetahui mengenai karakteristik konsumen sayuran organik di Transmart Palembang *City Center* serta bagaimana sikap konsumen terhadap dua atribut yaitu atribut sayuran organik meliputi kualitas sayuran, kesegaran sayuran, kebersihan sayuran, harga sayuran dan kemasan. dan juga bagaimana sikap konsumen terhadap atribut pasar yaitu keragaman produk, fasilitas, kedekatan lokasi,

pelayanan, dan kebersihan tempat dengan karakteristik konsumen yang ada. Maka dari itu peneliti ingin membahas mengenai “**Analisis Karakteristik dan Sikap Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Transmart Palembang City Center**”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayuran organik di Supermarket Transmart Palembang *City Center*?
2. Bagaimana sikap konsumen dalam membeli sayuran organik berdasarkan atribut sayuran organik serta atribut pasar di Supermarket Transmart Palembang *City Center*?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli sayuran organik di Supermarket Transmart Palembang *City Center*.
2. Untuk mengetahui sikap konsumen dalam membeli sayuran organik berdasarkan atribut sayuran organik serta atribut pasar di Supermarket Transmart Palembang *City Center*.

Adapun kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Kegunaan dari penelitian ini ialah sebagai bagian dari proses belajar yang harus ditempuh sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan literatur untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andilla, Y. 2011. *Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Sayuran Segar Di Pasar Modern Bumi Serpong Damai (BSD) Tangerang Selatan*. Jakarta: universitas islam negeri syarif hidayatullah.
- Anggiasari, N. M. 2016. *Sikap Dan Pengambilan Keputusan Pembelian Sayur Organik Oleh Konsumen Di Kota Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Astuti, E. P. 2018. *Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Sayuran Organik di Kota Surakarta*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Batubara, M. M. 2011. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Bungin, B. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Ermawati, I. R. 2009. *Menjadi Konsumen Yang Bijak*. Yogyakarta: Cempaka Putih .
- Dewan Guru Besar IPB. 2016. *Tantangan Generasi Muda dalam Pertanian, Pangan dan Energi*. Bogor. PT. Penerbit IPB Press.
- Engel, F.J., Blackwell, R.D. Miniard , P.W. 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam (Terjemahan). Jakarta : Binarupa Aksara
- Feriana, R. 2021. *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan* . Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, A. 2019. *pemasaran produk dan merek*. Surabaya : Qiara Media.
- Kembarani, K. A. 2016. *Bisnis Sayuran Organik Yang Menyehatkan*. Jakarta: PT. Mediantara Semesta.
- Loudon, D., & Della Bitta, J.A., 1993. *Consumer Behaviour : Concepts and Applications*. 4/e, NJ:McGraw-Hill
- Mareta, Dea Tio. 2011. *Pengemasan Produk Sayuran Dengan Bahan Kemasan Plastik Pada Penyimpanan Suhu Ruang Dan Suhu Dingin*. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada.
- Marlanda, F. 2013. *Analisis Tipe Perilaku Konsumen Sayuran Organik Di Pasar Swalayan Kabupaten Sidoarjo*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Ninik I., Suyanto., dan Wardani. 2017. *Pengembangan Potensi Desa Melalui Tanaman Sayur Organik*. Malang:Media Nusa Creative.
- Republik Indonesia. 1999 *Undang Undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. = <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU.htm>
- Rifai, A. 2008. *Perilaku Konsumen Sayuran Organik Di Kota Pekanbaru*. Riau: Universitas Riau.
- Sarwono, 2005. *Dasar-dasar IlmuEkonomi*. Erlangga. Yogyakarta.

- Schiffman, L., dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumre Behaviour Seventh Edition*. Jakarta: Indeks Penerbit
- Setiadi, N. J 2019. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada motif, tujuan Dan Keinginan Konsumen* .Cetakan ke 7. Jakarta: Prenada Media Group
- Seiawan, D. 2021. *Kesediaan Membayar (Willingnes To Pay) Konsumen Meilenial Dalam Mengkonsumsi Sayuran Organik (Suatu Kasus Dalam Warung Sehat 1000 Kebun, Bandung City)*. Bandung. Universitas Padjajaran Bandung
- Simanora, B. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2014. *Model Keputusan Konsumen*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Syafrullah. 2015. *Sistem Pertanian Organik*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.