

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahn, J. A., & Seo, S. (2018). Consumer Responses To Interactive Restaurant Self-Service Technology (IRSST): The Role Of Gadget-Loving Propensity. 112.
- American Marketing Association. (2013). *Definition About Marketing*. Dipetik Oktober 06, 2018, dari [www.marketingpower.com:https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx](http://www.marketingpower.com:https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx)
- Anna, L. K. (2012, September 4). *Makanan Organik Tak Lebih Sehat dari Non-organik?* Dipetik September 10, 2018, dari [lifestyle.kompas.com:https://lifestyle.kompas.com/read/2012/09/04/10305945/Makanan.Organik.Tak.Lebih.Sehat.dari.Nonorganik](https://lifestyle.kompas.com/read/2012/09/04/10305945/Makanan.Organik.Tak.Lebih.Sehat.dari.Nonorganik)
- Baladina, R. A. (2017). *Pemasaran Produk Pertanian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- BBC. (2015, Juli 7). *Penyakit Mengerikan yang Disebabkan Oleh Konsumsi Sayuran Non Organik*. Dipetik September 06, 2018, dari [www.dokter.id:https://www.dokter.id/berita/penyakit-mengerikan-yang-disebabkan-oleh-konsumsi-sayuran-non-organik](https://www.dokter.id/berita/penyakit-mengerikan-yang-disebabkan-oleh-konsumsi-sayuran-non-organik)
- Cao, X., & Sun, J. (2017). Exploring The Effect Of Overload On The Discontinuous Intention Of Social Media Users: An S-O-R Perspective. 8.
- Chang, Y. (2016). The Influence Of Media Multitasking On The Impulse To Buy: A Moderated Mediation Model. 61.
- Choia, H., & Kandampully, J. (2018). The Effect Of Atmosphere On Customer Engagement In Upscale hotels: An application of S-O-R paradigm. 2.
- Dachlan, U. (2014). *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling* . Semarang: Lentera Ilmu.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D., Marsiti, C. I., Widiartini, K., et al. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Danziger, A. K. (2013). "Wii Will Rock You!" The Use and Effect of Figurative Language in Consumer Reviews of Hedonic and Utilitarian Consumption. 728.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I., & Hengky. (2015). *Partial Least Squares*. Semarang: Undip.
- Handoyo. (2011, Oktober 15). *Makin banyak orang mengonsumsi makanan organik*. Dipetik Agustus 30, 2018, dari [kontan.co.id:https://lifestyle.kontan.co.id/news/makin-banyak-orang-mengonsumsi-makanan-organik-1](https://lifestyle.kontan.co.id/news/makin-banyak-orang-mengonsumsi-makanan-organik-1)
- Harman Malau, P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

- Hartono, W. A. (2015). *Partial Least Square*. Bengkulu: Andi offset.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Prenadamedia Group.
- Heyanto, I., & Tribowo, T. (2018). *Path Analisis Menggunakan SPSS dan Excel*. Bandung: Informatika.
- Hsu, S.-Y., Chang, C.-C., & Lin, T. T. (2014). An Analysis of Purchase Intentions Toward Organic Food On Health Consciousness and Food Safety with/under Structural Equation Modeling. 202.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Islam, J. U., & Rahman, Z. (2017). The Impact of Online Brand Community Characteristics on Customer Engagement: An Application of Stimulus-Organism Response Paradigm. 98.
- Jani, D., & Han, H. (2015). Influence of Environmental Stimuli on Hotel Customer Emotional Loyalty Response: Testing the Moderating Effect of the Big Five Personality Factors. 49.
- Kim, A. J., & Johnson, K. K. (2015). Power of consumers using social media: Examining the influences of brand-related user-generated content on Facebook. 99.
- Kim, J. (2014). Effects of Reputation and Website Quality on Online Consumers' Emotion, Perceived Risk and Purchase Intention. 34.
- Lee, H.-J., & Goudeau, C. (2014). Consumers' Beliefs, Attitudes, and Loyalty In Purchasing Organic Foods. 921.
- Lee, H.-J., & Yun, Z.-S. (2015). Consumer perceptions of organic food attributes and cognitives and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. 260.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Muljaningsih, S. (2011). Preferensi Konsumen dan Produsen Produk Organik di Indonesia. 1.
- Naviri, T. (2015). *1001 Makanan Sehat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Nielsen Survey Consumer Eating Habits*. (2014, September 14). Dipetik November 4, 2018, dari Survey focuses on specialized diet choices based on food sensitivities, allergies or personal convictions: <https://www.preparedfoods.com/articles/118731-nielsen-survey-consumer-eating-habits>
- Novrinawati, N., & Ahmadi, D. (2015). Hubungan antara Penyebaran Pesan Melalui Majalah "Gedung Sate" dengan Sikap Positif Membaca. 99.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Quan, C., Yan, X., Huang, T., & Jin, J. (2012). Industrialization Process of Pesticide Residue Grade n-Hexane. 197.
- Rangkuti, F. (2016). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. 140.
- S., X. C., & Lowry, L. P. (2015). How Do Bidders' Organism Reactions Mediate Auction Stimuli And Bidder Loyalty In Online Auctions? The Case Of Taobao In China. 8.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sari, V. J. (2011, September 27). *Perkembangan Pangan di Indonesia*. Dipetik September 10, 2018, dari [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com): <https://www.kompasiana.com/vembrijaya/550d34e8a33311201e2e3979/perkembangan-pangan-di-indonesia?page=all>
- Sarwono, J. (2016). Mengubah Data Ordinal ke Data Interval Dengan Metode Suksesif. 251.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Thesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarwan, U., Puspitawati, H., hHariadi, A., Ali, M. M., Gazali, M., Hartono, S., et al. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, D. D. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset dan Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonoomi Islam*. Jakarta: Prenada Media.

Usmara, A. (2017). *Marketing Classics*. Yogyakarta: Usmara Books.

Waskito, D., Z, M. A., & S.P., A. R. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik di Yogyakarta. 39.

Wisnblit, L. G. (2015). *Consumer Behavior*. United States America: Pearson Education.

Yakub, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Medan.

Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.