



**WILLINGNESS TO PAY (KESEDIAAN MEMBAYAR) KONSUMEN SAYUR
ORGANIK DI KOTA MALANG DAN FAKTOR YANG
MEMPENGARUHINYA**

SKRIPSI

**Oleh: MOCHAMMAD IQBAL
219.010.320.52**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
2024**



**WILLINGNESS TO PAY (KESEDIAAN MEMBAYAR) KONSUMEN SAYUR
ORGANIKDI KOTA MALANG DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperolehGelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)

Oleh: **MOCHAMMAD IQBAL**
219.010.320.52



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
2024**

RINGKASAN

Mochammad Iqbal (219.010.320.52) Willingness To Pay (Kesediaan Membayar) Sayur Organik di Kota Malang dan Faktor yang Mempengaruhinya. Dosen Pembimbing: 1. Titis Surya Maha Rianti, SP., MP. 2. Arief Joko Saputro, SP., MP.

Sayur organik merupakan sayuran yang diproduksi dengan tanpa menggunakan bahan kimia yang dapat membahayakan kesehatan dan lingkungan sekitar. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, produk organik di Indonesia kini mempunyai pasarnya sendiri termasuk sayur organik. Dari tahun ke tahun potensi permintaan produk organik ini terus mengalami peningkatan, akan tetapi pemasaran produk organik ini terkendala oleh persepsi mengenai harga yang lebih mahal dibanding sayur non organik. Untuk mengetahui batas maksimum yang mampu dibayarkan oleh konsumen diperlukan sebuah analisis yaitu analisis *willingness to pay* untuk mengukur seberapa kekuatan maksimal yang mampu konsumen bayarkan untuk produk sayur organik. Tujuan dari penelitian ini yaitu yang pertama untuk mengetahui besarnya nilai rata-rata WTP sayur organik, yang kedua untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nilai rata-rata WTP.

Lokasi penelitian dilakukan di 3 supermarket di Kota Malang yaitu Superindo, Ranch Market dan Lay-Lay Market. Pendekatan dari penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *accidental sampling*, karena populasi konsumen yang membeli sayur organik tidak diketahui dan tidak ditemukan informasi yang valid mengenai jumlah konsumennya. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder, data primer diperoleh melalui wawancara kemudian data sekunder diperoleh melalui data dari jurnal ilmiah maupun literatur yang mengangkat tema penelitian. Untuk menganalisis tujuan pertama peneliti menggunakan metode CVM dan untuk tujuan kedua peneliti menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan data yang diperoleh hasil perhitungan nilai WTP (*Willingness To Pay*) mayoritas responden bersedia membayar sayur organik pada kenaikan harga Rp. 500 yaitu Rp.5.500 dan rata-rata nilai WTP yang diperoleh dari perhitungan hasil penelitian adalah sebesar Rp.5.755 yang berarti harga maksimal yang mampu dibayarkan oleh responden meningkat sebesar 5,1% dari harga awal. Hasil analisis regresi berganda pada uji T diketahui bahwa variabel pengetahuan (X1), motivasi (X2), pendapatan (X4) dan usia (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap rata-rata kesediaan membayar sayur organik di Kota Malang (Y). Sedangkan variabel harga (X3) dan pendidikan (X6) tidak berpengaruh secara signifikan.

Dari hasil analisis WTP konsumen sayur organik di Kota Malang, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap pemerintah dan produsen yaitu perlu mempertimbangkan kesediaan membayar konsumen sayur organik melihat bahwa manfaat sayur organik ini sangat besar untuk memenuhi gizi, peneliti merekomendasikan harga maksimal sayur organik adalah sebesar Rp.6.000 / 200 Gr dilihat dari rata-rata WTP yang diperoleh di penelitian ini sebesar Rp.5.755 / 200 Gr.

SUMMARY

Mochammad Iqbal (219.010.320.52) *Willingness To Pay for Organic Vegetables in Malang City and Influencing Factors.*

Supervisor: 1. Titis Surya Maha Rianti, SP., MP.

2. Arief Joko Saputro, SP., MP.

Organic vegetables are vegetables that are produced without using chemicals that can harm health and the surrounding environment. Along with the increasing public awareness of health, organic products in Indonesia now have their own market, including organic vegetables. From year to year, the potential demand for organic products continues to increase, but the marketing of organic products is constrained by the perception of prices that are more expensive than non-organic vegetables. To find out the maximum limit that consumers can pay, an analysis is needed, namely the willingness to pay analysis to measure the maximum strength that consumers are able to pay for organic vegetable products. The purpose of this study is first to find out the average value of WTP for organic vegetables, second to find out what factors influence the average value of WTP. The research location was conducted in 3 supermarkets in Malang City, namely Superindo, Ranch Market and Lay-Lay Market. The approach of this study uses a quantitative approach with a sampling method using a non-probability sampling technique, namely accidental sampling, because the population of consumers who buy organic vegetables is unknown and no valid information is found regarding the number of consumers. The data collection method uses primary data and secondary data, primary data is obtained through interviews then secondary data is obtained through data from scientific journals and literature that raises the research theme. To analyze the first objective, the researcher used the CVM method and for the second objective, the researcher used the multiple linear regression analysis method. Based on the data obtained from the calculation of the WTP (Willingness To Pay) value, the majority of respondents are willing to pay for organic vegetables at a price increase of Rp. 500, namely Rp. 5,500 and the average WTP value obtained from the calculation of the research results is Rp. 5,755, which means that the maximum price that respondents can pay has increased by 5.1% from the initial price. The results of multiple regression analysis on the T test show that the variables of knowledge (X1), motivation (X2), income (X4) and age (X5) have a significant effect on the average willingness to pay for organic vegetables in Malang City (Y). While the variables of price (X3) and education (X6) do not have a significant effect. From the results of the analysis of WTP of organic vegetable consumers in Malang City, the advice that can be given by researchers to the government and producers is to consider the willingness to pay of organic vegetable consumers seeing that the benefits of organic vegetables are very large to meet nutritional needs, researchers recommend that the maximum price of organic vegetables is IDR 6,000 / 200 Gr seen from the average WTP obtained in this study of IDR 5,755 / 200 Gr.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian organik adalah sistem produksi yang menopang kesehatan tanah, ekosistem, dan manusia. Pertanian organik bergantung pada proses ekologis, keanekaragaman hayati, dan siklus yang disesuaikan dengan kondisi lokal, tanpa penggunaan input dengan efek buruk. Pertanian organik menggabungkan tradisi, inovasi, dan ilmu pengetahuan untuk menguntungkan lingkungan bersama dan mempromosikan hubungan yang adil dan kualitas hidup yang baik untuk semua yang terlibat. Salah satu alternatif untuk mengembalikan kelestarian lahan pertanian adalah dengan pertanian organik, yaitu pertanian yang kembali ke alam, tanpa menggunakan pupuk kimia ataupun pestisida. Pertanian yang bebas dari substansi kimia yang mampu merusak lingkungan serta merusak kesehatan. Makin tumbuhnya kesadaran akan kesehatan manusia dan lingkungan (Purwantini *et al*, 2019).

Pertanian berkelanjutan dilakukan dalam pembangunan pertanian organik oleh pemerintah seiring dengan kebijakan “Go Organic” yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (Sari *et al*, 2020). Pertanian organik merupakan teknik budidaya alami dan tidak menggunakan bahan kimia sintesis yang aman bagi kesehatan (Idaman *et al*, 2012). Salah satu pertanian organik adalah beras organik (Dharma, 2021).

Meskipun saat ini banyak konsumen yang mencari produk pangan yang lebih sehat dan berkualitas baik untuk dikonsumsi, produk pangan organik pada kenyataannya masih menghadapi masalah terkait dengan harga yang tinggi dan kurangnya saluran distribusi yang menyebabkan belum meratanya distribusi produk. Hambatan utama dalam upaya memperluas penyebaran produk pangan organik adalah harganya yang lebih tinggi daripada produk pangan konvensional. Selain itu, kurang tersedianya informasi untuk konsumen mengenai pangan organik serta pasokannya yang terbatas juga menyebabkan produk pangan organik belum berkembang secara merata. Meskipun demikian, potensi permintaan produk pangan organik di Indonesia telah cukup meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Begitu pula dengan produsen produk pangan organik yang juga semakin bertambah, terlihat dari adanya peningkatan jumlah lahan pertanian organik di Indonesia (Aufananda, 2017).

Produk sayuran organik merupakan salah satu produk sayuran yang dapat dikonsumsi untuk memenuhi angka kecukupan gizi (AKG). Konsumsi buah dan sayur di Indonesia masih kurang dari setengah konsumsi yang direkomendasikan, yaitu hanya 173 gram perhari dari 400 gram kapita perhari dari anjuran WHO. Sayur organik mempunyai

pasar di Indonesia seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, maka produk organik merupakan produk yang aman dan menyehatkan, dari tahun ketahun permintaan produk organik terus meningkat, terutama produk hortikultura dan perkebunan dengan maksimum permintaan diperkirakan sebesar 20% (Widowati *et al* , 2018). Potensi permintaan konsumen di Indonesia cukup besar terhadap produk organik, namun pemasaran pangan organik di Indonesia terkendala oleh persepsi mengenai harga pangan organik yang dianggap mahal. Hal ini diperkuat oleh survey awal yang menunjukkan bahwa 3 dari 5 supermarket di area kota Malang sudah menghentikan penjualan sayuran organik karena harga sayuran organik lebih mahal dari sayuran anorganik. Untuk itu, penjual perlu menentukan strategi harga yang cocok untuk konsumen di Indonesia, maka diperlukan penelitian yang membahas seberapa besar kemauan membayar (Willingness to Pay atau WTP) konsumen terhadap produk-produk sayuran organik. WTP digunakan sebagai metode untuk mengetahui nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dari peningkatan kualitas sebuah produk (Yunus, 2019).

Secara umum, *willingness to pay* atau keinginan untuk membayar didefinisikan sebagai jumlah yang dapat dibayarkan seorang konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa. *Willingness to pay* adalah harga maksimum dari suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada waktu tertentu. *Willingness to pay* merupakan kesanggupan seorang konsumen untuk membeli suatu barang. *Willingness to pay* itu sebenarnya adalah harga pada tingkat konsumen yang merefleksikan nilai barang atau jasa dan pengorbanan untuk memperolehnya. Disisi lain, *Willingness to pay* ditujukan untuk mengetahui daya beli konsumen berdasarkan persepsi konsumen Pilihan akan kesediaan membayar sayur organik dan sayur anorganik sebagai produk pangan yang diharapkan akan menjadi alternatif diversifikasi pangan. Dengan mengetahui mengestimasi dan menganalisa faktor – faktor kunci yang menjadikan kesediaan konsumen untuk menentukan pilihan akan konsumsi sayur organik atau sayur anorganik, diharapkan pemerintah dapat menentukan pola perilaku konsumen sebagai salah satu trend yang nantinya dapat mengambil kebijakan dengan tepat didalam hal diversifikasi pangan. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam kesediaan membayar salah satunya adalah: Pendidikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sayur organik. Semakin tinggi jenjang pendidikan seseorang akan menambah luas pengetahuan seseorang tentang manfaat mengkonsumsi sayur organik (Umi Rofiatin *et al*, 2018).

Di Kota Malang Jawa Timur pertanian dengan sistem non organik sudah diterapkan terlebih dahulu dan sudah cukup lama daripada pertanian sistem organik, tetapi saat ini

masyarakat juga sedang mengembangkan pertanian dengan sistem organik seperti contoh melakukan pendayagunaan kotoran sapi dalam upaya mendukung pertanian dengan sistem organik. Salah satu jenis tanaman yang dibudidayakan dengan sistem organik dan sistem non organik adalah sayur sayuran. Untuk hasil panen dari sayuran non organik dipasarkan melalui pasar tradisional dan pasar modern di Kota Malang. Beberapa sayuran yang dipasarkan di pasar tersebut seperti sawi hijau, sawi putih, selada, dan lain sebagainya. Kemudian untuk sayuran organik saat ini juga sudah masuk dan dipasarkan di supermarket atau pasar modern yang ada di kota Malang seperti Superindo, Transmart, dan Hypermart. Beberapa sayuran organik yang dipasarkan di pasar modern malang diantaranya seperti kangkung, selada, bayam, sawi putih, sawi hijau, dsb (Choirunnisa, 2022).

Berdasarkan beberapa keterangan ataupun permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dirasa perlu melakukan penelitian terkait kesediaan membayar sayuran organik di Kota Malang dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pembaruan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat ditinjau dari beberapa aspek yang pertama mengenai lokasi penelitian dimana letak lokasi berbeda dengan peneliti sebelumnya, pada penelitian kali ini terletak di supermarket atau pasar modern yang tersebar di Kota Malang, yang kedua indikator-indikator ataupun variable yang diteliti juga berbeda seperti, jenis sayuran, usia, pendapatan, pengetahuan, dan kepedulian. Selanjutnya tujuan pada penelitian ini juga berbeda, dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu yang pertama untuk mengetahui berapa nilai maksimum kesediaan membayar sayuran organik pada masyarakat di Kota Malang dan apa saja Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai Willingness To Pay.

1.2 Rumusan Masalah

Pertanian organik dipercaya sebagai pertanian yang ramah lingkungan apabila dibandingkan dengan pertanian non organik secara intensif yang bergantung pada rutinitas penggunaan pestisida dan nutrisi anorganik selama proses produksi. Maka dari itu, pertanian organik merupakan sistem pertanian yang mendukung dan mempercepat biodiversitas, siklus biologi, dan aktivitas biologi tanah. Selama melakukan pertanian organik harus mematuhi pada standar yang berlaku untuk menjaga integritas produk pertanian organik sert dalam proses produksinya tidak menggunakan bahan kimia yang berpotensi dapat merusak lingkungan. Sayuran yang dihasilkan dari pertanian organik diketahui memiliki harga jual yang lebih mahal dibandingkan dengan yang dikelola secara konvensional. Hal tersebut menyebabkan adanya perbedaan persepsi harga di kalangan masyarakat Kota Malang untuk membeli sayuran organik.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang diuraikan, maka rumusan masalah yang dapat diangkat antara lain:

1. Berapa nilai kesediaan membayar (WTP) maksimum sayuran organik?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi nilai WTP sayur organik?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk kepada rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui besarnya nilai rata-rata kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* maksimum sayur organik.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi WTP sayur organik.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Konsumen yang dijadikan responden adalah konsumen yang pernah membeli sayuran organik minimal 1 kali pembelian di supermarket yang terletak di Kota Malang
2. Tempat penelitian terletak di berbagai supermarket di Kota Malang
3. Fokus peneliti pada penelitian ini yaitu hanya untuk komoditas Sawi Hijau, Sawi Putih dan Bayam Hijau.
4. Fokus peneliti pada penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai maksimum WTP sayuran organik di Kota Malang
5. Metode analisis menggunakan *Contingent Valuation Method* dan Regresi Linier Berganda

1.5 Manfaat Penelitian dan Output Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak. Baik bagi peneliti maupun peneliti selanjutnya.

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan/pengetahuan kepada peneliti tentang maximum kesediaan membayar konsumen terhadap sayur organik dan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian sayuran organik. Serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan rujukan serta memberikan informasi mengenai Analisis *Willingnes To Pay* dan Faktor – Faktor yang mempengaruhi



konsumen dalam pembelian sayur organik di Kota Malang.

Output dari penelitian ini adalah berupa artikel ilmiah yang akan dipublish ke jurnal ilmiah Seagri ataupun Juke.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan nilai WTP (Willingness To Pay) mayoritas responden bersedia membayar sayur organik pada kenaikan harga Rp. 500 yaitu Rp.5.500 dan rata-rata nilai WTP yang diperoleh dari perhitungan hasil penelitian adalah sebesar Rp.5.755 yang berarti harga maksimal yang mampu dibayarkan oleh responden meningkat sebesar 5,1% dari harga awal yaitu sebesar Rp.5.000.
2. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel pendapatan (X1), pengetahuan (X2), pendidikan (X4) dan usia (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap rata-rata kesediaan membayar sayur organik di Kota Malang (Y). Sedangkan variabel motivasi (X3) dan harga (X4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar sayur organik di Kota Malang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas terdapat beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi para produsen sayur alangkah baiknya tetap menjaga kualitas dari sayur organik yang telah dipasarkan, baik dari segi rasa, packaging maupun ke higienisan karena harga yang ditawarkan agar selalu sesuai dengan manfaat yang diperoleh.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan seperti dengan menambah variabel-variabel lain yang belum tercantum dan belum diuji didalam penelitian ini, agar hasil penelitian yang diperoleh kedepannya dapat semakin valid.
3. Dari hasil analisis WTP konsumen sayur organik di Kota Malang, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap pemerintah dan produsen yaitu perlu mempertimbangkan kesediaan membayar konsumen sayur organik melihat bahwa manfaat sayur organik ini sangat besar untuk memenuhi gizi,peneliti merekomendasikan harga maksimal sayur organik adalah sebesar Rp.6.000 / 200 Gr dilihat dari rata-rata WTP yang diperoleh di penelitian ini sebesar Rp.5.755 / 200 Gr.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F., & Saputro, A. J. (2023). Peran Penyuluh Pertanian terhadap Produksi Kopi di Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 7(2), 136-146.
- Agus, T. B., & Imamudin, Y. (2014). *Elektronik Data Prosesing (SPSS 15 dan EVIEWS 7)*. Danisa Media, Yogyakarta.
- Aufanada, V., Ekowati, T., & Prastiwi, W. D. (2017). Kesiapan membayar produk sayuran organik di pasar modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2), 67-75.
- Anggiasari, N. M. (2016). Sikap dan pengambilan keputusan pembelian sayuran organik oleh konsumen di Kota Bandar Lampung vol 57 Hal 39.
- Basuki, A. T., & Nazaruddin, I. (2015). Analisis statistik dengan spss. *Yogyakarta: Danisa Media*, 51 Hal 98.
- Choirunnisa, C., & Arifin, Z. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik dan Sayuran Non Organik di Kota Malang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 5(2), 65-75.
- Chrysanthini, B., Sumarwan, U., & Rifin, A. (2017). Preferensi konsumen terhadap produk sayuran organik (studi kasus konsumen UD Fabela-Myfarm) di Bogor Jawa Barat. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 151-160
- Christdavina, N. (2013). Analisis Willingness To Pay Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Sarana Bakti.[Skripsi]. *Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor*.
- Cypert, K., Prasetyo, E., & Setiadi, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brokoli Organik Di Pasar Modern Gelael Semarang. *JSEP (Journal of Social And Agricultural Economics)*, 12(2), 67-79.
- Dharma, Ni Made Putri Agustini, Nikmatul Khoiriyah, and Titis Surya Maha Rianti(2021). "Perilaku Konsumen dalam Pembelian Beras Organik di Kota Malang." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 9.3 hal 2.
- Eviyati, R. (2016). Pertanian organik dalam berbagai perspektif. *Agrijati Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1) diakses 15 Agustus 2023
- Ekowati, Aufanada, V., T., & Prastiwi, W. D. (2018). Kesiapan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 3(2) hal 75.
- Fajria, F., Ethika, D., & Kusnaman, D. (2020). Analisis Kesiapan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Purwokerto dan Faktor yang Mempengaruhi. *Sepa*, 17(1), 40-48.
- Ghozali, I., Gurajati, D., & Hajar, I. (2016). Anwar, Saifudin. Metode penelitian.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1998) Arifin, Johar. SPSS 24 Untuk penelitian dan Skripsi.(Jakarta: Gramedia. 2017) Arikunto, Suharsimi. Manajemen Penelitian.(Jakarta: PT. Rineka Cipta. 1995) Bungin, M. Burhan. Metodologi. *Jurnal EMBAVol*, 4(1) hal 32.
- Habib, E. A., & Kuntadi, E. B. (2020). Analisis willingness to pay beras organik aromatik "Botanik" Gapoktan Al-Barokah di Kabupaten Bondowoso. *JSEP (Journal of Social*

and *Agricultural Economics*), 13(1), 38-52.

- Handoko, B. I. S., & Setiawan, I. (2021). Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Milenial Dalam Mengonsumsi Sayuran Organik (Suatu Kasus pada Warung Sehat 1000 Kebun, Kota Bandung). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7 (1), 911.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 99-107 Vol 4 Hal 102.
- Hidayat, A. (2015). Interpretasi Regresi Logistik dengan SPSS. *Tersedia: (http://www.statistikian.com/2015/02/interpretasi-regresi-logistik-dengan.html)*.
- Idaman, Northa, Lilik Noor Yuliati, and Retnaningsih Retnaningsih(2012). "Sikap konsumen terhadap beras organik." *Jurnal manajemen & agribisnis* 9.2:117-126.
- Indramawan, D. P., & Susilowati, I. (2014). *Analisis willingness to pay pengelolaan sampah terpadu di Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Kurniasih, P., & Prihanti, T. M. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik di Kota Salatiga. *ZIRAA'AH MAJALAH ILMIAH PERTANIAN*, 44(3), 347-356.
- Muhajir, I., DJASTUTI, I., & Ratnawati, I. (2013). *Analisis pengaruh gaya kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja untuk meningkatkan kinerja karyawan (studi pada pt. dok & perkapalan kodja bahari (persero) cabang Semarang)* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi penelitian pendekatan kuantitatif*. Jakad Media Publishing diakses 10 Oktober 2023.
- Mustakim, M., Efendi, R., & Sofiany, I. R. (2021). Pola konsumsi pangan penduduk usia produktif pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 1-12.
- Melisa, K. (2014). Produk Pertanian organik di Indonesia: Tinjauan Atas Preferensi Konsumen Indonesia Terhadap Produk Pertanian Organik Lokal. *Jurnal Studi Manajemen*. 8(2) hal 172.
- Nugroho, A. A. (2020). *Analisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian rokok merek Surya: Studi konsumen rokok Surya pada Mahasiswa UIN Maliki Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Nugroho, A. C. (2020). Perkembangan Riset Perilaku Konsumen: Analisis Dengan Metoda Text Mining Visualization. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 149-162.
- Ni Made Anggiasari 2016 Sikap Dan Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik oleh Konsumen Di Kota Bandar LampungPurwantini, Tri Bastuti. "Pertanian organik: Konsep, kinerja, prospek, dan kendala." *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol. 37. No. 2. 2019.
- Notoatmodjo, Soekidjo, (2012). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Vol 5, Hal 3.
- Priambodo, L. H., & Najib, M. (2014). Analisis kesiediaan membayar (*willingness to pay*) sayuran organik dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(1), 1-14.
- Pupu, P. F., Eriyati, E., & Richard, R. (2022). Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Economica:*

- Media Komunikasi ISEI Riau*, 10(2), 201-213.
- Putri, N. A. (2019). *Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Dan Faktor Yang Mempengaruhinya Pada Pembelian Sayuran Organik Di Cv. Kurnia Kitri Ayu Far* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- PUJI, P. M., Saputri, D., Arisandi, D., Ikasanti, P. W., & Wahyuni, T. (2021). Pengaruh harga & gaya hidup terhadap minat beli masyarakat. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 91-102.
- Purwantini, T. B. (2019). Pertanian organik: Konsep, kinerja, prospek, dan kendala. In *Forum Penelitian Agro Ekonomi* Vol. 37, Hal 129.
- Rianti, T. S. M., Rohyana, I., & Saputro, A. J. (2024). Kesediaan Membayar Masyarakat terhadap Pembelian Beras Merah di Kota Malang. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 4(2), 211-219.
- Rasmikayati, E., Shafira, N. A., Fauziah, Y. D., Ishmah, H. A. N., Saefudin, B. R., & Utami, K. (2020). Keterkaitan antara karakteristik konsumen dengan tingkat kepuasan mereka dalam melakukan pembelian sayuran organik. *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(1), 104-114.
- Robert, K., & Budi, Y. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R* (Edisi Pertama). PT Kharisma Putra Utama.
- Rofiatin, U., & Bariska, H. F. (2018). Pola willingness to pay (wtp) dan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pilihan sayur organik dan anorganik masyarakat Kota Malang. *Optima*, 2(1), 18-26.
- Sumarniasih, M. S., & Antara, M. (2014). Pertanian Organik dan Gaya Hidup Sehat. In *Prosiding Seminar Profesi HPTI, PEI, PFI* (pp. 228-240).
- Siregar, F., & Fikry, Z. (2023). Perbedaan Pengambilan Keputusan Dalam Membeli Thrifting Pada Dewasa Awal Ditinjau Dari Jenis Kelamin Di Bukittinggi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 11219-11226.
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2014). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(2) Hal 112.
- Sienny Thio. (2008). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 4(1), 18-27. <https://doi.org/10.9744/jmp.4.1.18-27>
- Suardika, I. M. P., Ambarawati, I. G., & Sukaatmadja, I. P. (2014). Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik CV Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)* Hal 1-14.
- Widowati, L. R., Setyorini, D., Hartatik, W., Purnomo, J., Haryati, U., & Wiratno, S. Irawan. (2018). Sistem Budidaya Sayuran Organik. *Sayuran Organik*.
- Wentaria, W., & Iqbal, R. (2024). Analisis Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum Berdasarkan Keterjangkauan Daya Beli Masyarakat Menggunakan *Contingent Valuation Method* (Cvm) (Studi Kasus: Spam Kecamatan Gunung Sindur). *Media Bina Ilmiah*, 18(7), 1741-1752.
- Yunus, I. W. (2019). Analisis Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Sayuran Organik Dan Faktor Yang Mempengaruhi Di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(4) Hal 2.