

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D., Pratama, Y. R., & Husin, L. (2021). Pergeseran Faktor Psikologi Penentu Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Palembang). *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 21(2), 129-146.
- Alridhani, D. & Persada A. G. 2020. Implementasi media sosial dan *e-commerce* untuk meningkatkan pemasaran hasil pertanian sayur dan peternakan (studi kasus: Desa sumberejo). *J. Automata*, 1 (2): 1 – 5.
- Bara, S., Nendissa, D. R., Nikolaus, S., Pellokila, M. R., & Khoiriyah, N. (2022). Faktor Keputusan Belanja *Online* Produk Pertanian Dan Non-Pertanian. *Journal of Agricultural Socio-Economics* (JASE), 3(1), 15-22.
- Betriana, M. M., & Linggariama, L. (2022). Analisis Dampak Perubahan Masyarakat Dalam Era Revolusi Digital Terhadap Pendapatan Sayur *Online* Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Prabufresh Prabumulih). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 1263-1272.
- BPS. 2019. Kota administrasi Jakarta Selatan dalam angka 2019. BPS: Jakarta Selatan.
- BPS. 2020. Statistik *e-commerce* 2020. BPS: Jakarta.
- BPS. 2020. Produksi tanaman sayuran 2020. BPS: Jakarta.
- Cahyono, E. D., R. Safitri, & Pradesti E. 2021. Jual beli sayuran via Instagram: sebuah metode parsipatoris dalam inovasi agribisnis. *J. Penelitian komunikasi dan pembangunan*, 22 (2): 189 – 202.
- Cypert, K., Prasetyo, E., & Setiadi, A. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian brokoli organik di pasar modern Galael Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* (J-SEP), 12(2): 67-79.
- Darmawan, D. 2017. Pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik. *J. Agrimas*, 1 (1): 1 10.
- Emi, A., Yurisinthae, E., & Yusra, A. H. A. Analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk sayuran local di pasar modern kota Pontianak. *J. Sains Mahasiswa Pertanian*, 7(3) : 1 – 12.
- Faisal, Indra, & Romano. 2020. Pengaruh *e-commerce* terhadap minat beli konsume pada produk sayuran di kota Aceh. *J. Ilmiah mahasiswa pertanian*, 5 (4): 63 – 71.

- Girawan, B. I. R., P. Pardian, A. H. Sadeli, & Supyandi D. 2021. Pengaruh persepsi konsumen mengenai atribut produk terhadap keputusan pembelian buah alpukat mentega secara *online* (studi kasus pada kojama shop). J. Pemikiran masyarakat ilmiah berwawasan agribisnis, 7 (1): 767 – 781.
- Handayani, S. 2018. Perancangan system informasi penjualan berbasis *e-commerce* studi kasus toko kun Jakarta. J. ILKOM, 10 (2) : 1 – 8.
- Hardilawati, W. L. 2020. Strategi bertahan UMKM di tengah pandemic covid-19. J. Akuntansi dan ekonomika, 10 (1): 89 – 98.
- Katadata. 2020. Tanihub dan Happyfresh banjir pesanan imbas pandemic virus corona. 8 Oktober 2022.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. Manajemen Pemasaran. Erlangga: Jakarta.
- Kurniasih, P. & Prihtanti T. M. 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik di kota Salatiga. J. ZIRAA'AH, 4 (3): 347 – 356.
- Listyowati, E. A., A. Suryatini, & Irham. 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan keputusan konsumen membeli sayuran dan buah secara *online*. J. KAWISTARA, 10 (1) : 66 – 76.
- Listyowati, E. A., A. Suryantini, & Irham. 2021. Consumer intention and perceptions in *online* purchasing of vegetables and fruit. J. AGRITEPA, 8 (2): 1 -17.
- Lubis, I. M. (2020). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Sayuran di Pasar Modern Kota Medan. Jurnal Ilmiah Simantek, 4(3), 286-294.
- Mursyidah, T., B. Siswandi, N., & Khoiriya. 2021. Keputusan pembelian sayuran organik di supermarket kota Malang. J. Sosial ekonomi pertanian dan agribisnis, 9 (5): 1 – 8.
- Pitaloka, A. D., Hartoyo, & Ali M. M. 2022. Faktor yang mempengaruhi niat beli ulang sayuran melalui *platform e-commerce* di JABODETABEK. J. Aplikasi manajemen dan bisnis, 8 (1): 314 – 326.
- Pradana, M. 2015. Klasifikasi jenis-jenis bisnis *E-commerce* di Indonesia. J. Neo Bis, 2 (2) : 1 – 10.
- Putri, R. B., Mukson, & Budiraharjo K. 2022. Analisis faktor-faktor pemasaran *online* melalui aplikasi Sayurbox terhadap keputusan pembelian konsumen. J. Ilmu-ilmu pertanian, 29 (2): 130 – 143.
- Rahadjo, S. 2019. Preferensi konsumen dalam membeli produk sayur hidroponik. J. Manajemen dan *start up* bisnis, 4 (1): 1 – 9.

- Rakasyifa, I. & Mukti G. W. 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur dan buah di ritel *online*. J. Pemikiran masyarakat ilmiah berwawasan agribisnis, 6 (1): 275 – 289.
- Restuningtyaswidi, H. & Simamora L. 2021. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buah dan sayuran terhadap penggunaan aplikasi di JABODETABEK. J. Sosial ekonomi pertanian, 17 (2): 39 – 54.
- Sakoikoi, J. & Priyanto S. H. 2019. Determinan kepuasan belanja konsumen sayur *online*. J. Bisnis tani, 5 (1): 49 – 64.
- Saodah, D. S. & Malia R. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran di pasar tradisional (studi kasus pasar Muka Cianjur). J. Agrosience, 7 (1): 178 – 193.
- Sayekti, W. D., Viantimala, B., Lefiana, O., & Syafani, T. S. (2021). Pengambilan Keputusan dalam Konsumsi Sayuran dan Pola Konsumsi Pangan Petani Padi di Kecamatan Pugung Kabupaten Tanggamus. Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension, 2(1).
- Sibarani, S. O. F., M. A. Ambayeon, & Prasetyo H. 2022. Pengaruh E-WOM pada media sosial *Instagram* terhadap keputusan pembelian produk sayuran di bos sayur Malang yang di mediasi oleh kepercayaan konsumen. J. Ekonomi pertanian dan agribisnis, 6 (3): 1038 – 1050.
- Vista, A. B., W. Roessali, & Mukson M. 2021. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di pasar modern kota Semarang. J. Ekonomi pertanian dan agribisnis, 5 (1): 108 – 115.
- Vickitra, A., T. Ekowati, & Prastiwi W. D. 2017. Kesiediaan membayar sayuran organik di pasar modern Jakarta Selatan. J. AGRARIS, 3 (2): 67 – 75.
- Vydiamanta, V. 2021. Keputusan konsumen membeli sayur dengan menggunakan aplikasi *online*: apakah WoM dan kualitas produk mempengaruhi?. J. Riset manajemen sains Indonesia, 12 (2): 335 – 353.
- Widyastuti, P. 2018. Kualitas dan harga sebagai variabel terpenting pada keputusan pembelian sayuran organik. J. Bisnis dan manajemen, 2 (1): 17 – 28.ho
- We are social dan Hootsuite. 2019. Indonesian digital report 2019. 11 Februari 2022
- Yasmin, T. R., Prastiwi, W. D., & Handayani, M. (2017). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang. Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 1(1), 85-93.