

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Pertanian (FP)
Program Studi Agribisnis

Undergraduate Papers

Siregar, Veronika

2025

Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem FARM Kota Medan (Studi Kasus : Konsumen Yang Membeli Buah Nanas di Simalem Farm Kota Medan)

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/596>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
BUAH NANAS ORGANIK DI SIMALEM FARM KOTA MEDAN**

(Studi kasus: Konsumen yang Membeli Buah Nanas di Simalem Farm
Kota Medan)

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Katolik Santo Thomas**

Oleh:

Veronika Siregar

210430033



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS SUMATERA UTARA

MEDAN

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan (Studi Kasus: Konsumen yang Membeli Buah Nanas di Simalem Farm Kota Medan)

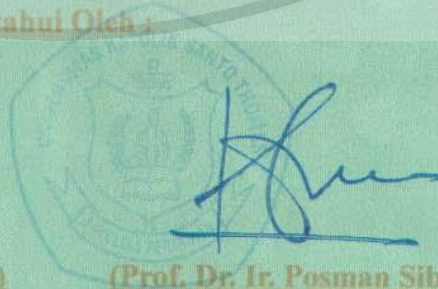
Nama : Veronika Siregar

NPM : 210430033

Jurusan : Agribisnis



(Ir. Cyprianus P. H. Saragi, MS)
Ketua Program Studi



(Prof. Dr. Ir. Posman Sibuea, MS)
Dekan

Tanggal Lulus : 02 Oktober 2025

RINGKASAN

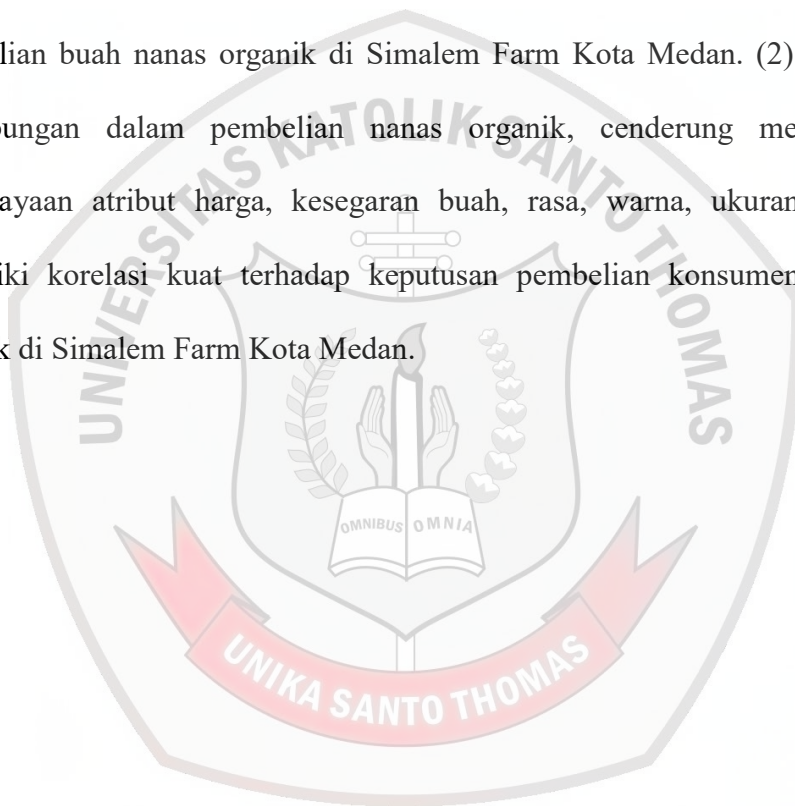
Veronika Siregar (2025), “Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan” dibawah bimbingan Ir. Cyprianus P.H. Saragi, MS sebagai pembimbing utama.

Tujuan Penelitian ini (1) Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut buah nanas organik dalam memengaruhi pembelian buah nanas organik di Simalem Farm Kota Medan. (2) Untuk mengetahui korelasi pearson atribut buah nanas organik terhadap keputusan pembelian buah nanas organik di Simalem Farm Kota Medan.

Penelitian dilakukan di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara. Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara *purposive* (sengaja). Outlet ini dipilih sebagai daerah penelitian dengan alasan karena Simalem Farm merupakan salah satu tempat perbelanjaan yang banyak diminati. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer. Data primer diperoleh dari kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden yang ditentukan dengan metode *accidental sampling*. Tujuan penelitian pertama dianalisis menggunakan metode analisis data multiatribut *Fishbein* dan tujuan penelitian kedua dianalisis menggunakan metode *pearson correlation*.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) Berdasarkan analisis sikap konsumen terhadap pembelian buah nanas organik di Simalem Farm, hasil dari Multiatribut *Fishbein* diketahui atribut buah nanas organik yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian adalah atribut harga dengan nilai

indeks sikap konsumen (A_o) sebesar 16.44. Diikuti atribut kedua adalah rasa ($A_o = 16.19$), kesegaran buah ($A_o = 16.02$), ukuran ($A_o = 15.96$), dan aroma ($A_o = 15.86$) dengan kategori sikap positif oleh konsumen buah nanas organik. Sedangkan nilai sikap konsumen terhadap atribut warna dengan nilai indeks sikap konsumen (A_o) sebesar 13.65 dengan kategori sikap netral oleh konsumen buah nanas organik. Atribut harga memiliki nilai sikap paling besar dalam keputusan pembelian buah nanas organik di Simalem Farm Kota Medan. (2) Atribut yang berhubungan dalam pembelian nanas organik, cenderung mengarah pada kepercayaan atribut harga, kesegaran buah, rasa, warna, ukuran, dan aroma memiliki korelasi kuat terhadap keputusan pembelian konsumen buah nanas organik di Simalem Farm Kota Medan.



RIWAYAT PENULIS

Penulis lahir di Desa Bahal Batu III, Kecamatan Siborong-borong, Kabupaten Tapanuli Utara, 12 Juni 2003 merupakan anak pertama dari Bapak Pardungoan Siregar dan Ibu Dame Ria Sihombing. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar dari SD Negeri 173304 Bahal Batu III tahun 2015, pendidikan menengah pertama dari SMP Swasta Santa Lusia Siborong-Borong tahun 2018, dan pendidikan menengah atas dari SMA Swasta Bintang Timur 1 Balige tahun 2021.

Penulis menjadi mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Katolik Santo Thomas tahun 2021. Penulis berkesempatan mengikuti kegiatan Kampus Merdeka yaitu program Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) 3 di Universitas Jember pada 17 Agustus – 21 Desember 2023 dan program Magang Merdeka (MSIB) pada 16 Februari – 25 Juni 2024. Penulis juga berkesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama satu bulan di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Binjai pada 01 Agustus 2024 – 31 Agustus 2024.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi Penelitian yang berjudul “**Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Buah Nanas Organik Di Simalem Farm Kota Medan (Studi kasus: Konsumen yang Membeli Buah Nanas di Simalem Farm Kota Medan)**”. Tulisan ini sekaligus disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih untuk segala bantuan, saran, dan bimbingan, serta doa yang penulis terima selama penyusunan skripsi ini, adapun ucapan terimakasih tersebut ingin disampaikan kepada:

1. Bapak Ir. Cyprianus P. H. Saragi, MS sebagai Dosen Pembimbing sekaligus sebagai Ketua Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Katolik Santo Thomas Medan, Sumatera Utara yang telah membimbing dan memberi masukan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Maryanti Sitohang, S.P., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, kritikan, dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

3. Bapak Ir. Stefanus Deras, MS selaku dosen penguji yang telah memberikan kritikan serta masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Posman Sibuea, MS selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Katolik Santo Thomas, Medan.
5. Dosen dan Staf Pegawai Fakultas Pertanian, Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara, Medan yang telah banyak berjasa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ayah dan Ibu tercinta serta adik-adik penulis atas segala pengorbanan yang tiada ternilai harganya yang tidak dapat diukur dengan apapun. Dan selalu memberikan doa restu dan dukungan kepada penulis.
7. Kepada HRD dan staf manajemen Taman Simalem Resort yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Simalem Farm dan membantu penulis selama melakukan pengumpulan data.
8. Terimakasih kepada konsumen yang membeli buah nanas organik di Simalem Farm Kota Medan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian skripsi ini.
9. Terima kasih kepada sahabat-sahabat yang penulis temui selama mengikuti kegiatan Kampus Merdeka atas dukungan dan doa dari kejauhan. Secara khusus kepada Annisa Izzatul Nazzmah, Felda Ramadani, dan Rizqa Sudiana yang telah menjadi tempat berbagi cerita dan menghibur penulis saat menghadapi kesulitan.

10. Terimakasih kepada teman-teman penulis program studi Agribisnis stambuk 2021 yang telah mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, terkhusus Grace JE. Sinulingga dan Ripaldi Nainggolan.

Medan, 02 Oktober 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT PENULIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
B. Tinjauan Pustaka	19
C. Kerangka Pemikiran.....	22

D. Hipotesis Penelitian.....	24
E. Batasan Operasional	24
III. METODE PENELITIAN	27
A. Metode Penentuan Lokasi Penelitian	27
B. Metode Penentuan Sampel	27
C. Metode Pengumpulan Data	28
D. Metode Analisis Data	29
IV. DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	34
A. Deskripsi Daerah Penelitian	34
B. Deskripsi Lokasi Penelitian	35
C. Karakteristik Responden Sampel	35
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah Nanas Organik	40
B. Penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepercayaan Atribut-atribut Nanas Organik	50
C. Sikap Konsumen dalam Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan	53
D. Keputusan Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan.....	58
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Perkembangan Jumlah Penduduk, Konsumsi Harian, Rata-rata Pengeluaran dan Total Pengeluaran Nasional Komoditas Buah-buahan per kapita di Indonesia Tahun 2019-2023.....	3
2.	Perkembangan Luas Panen, Jumlah tanaman, Produksi Buah Nanas di Indonesia Tahun 2019-2023.....	4
3.	Sentra Produksi Nanas di Indonesia Tahun 2019-2023.....	5
4.	Kategori Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepercayaan.....	31
5.	Interpretasi Pembagian Sikap Konsumen.....	32
6.	Karakteristik Responden Pembeli Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	36
7.	Sebaran Jumlah dan Persentase Responden Pembeli Buah Nanas Organik Berdasarkan Manfaat Dalam Mengonsumsi Buah Nanas Organik Tahun 2025.....	40
8.	Sebaran Jumlah dan Persentase Responden Pembeli Berdasarkan Tingkat Kepentingan Dalam Mengonsumsi Buah Nanas Organik Tahun 2025.....	41
9.	Sebaran Jumlah dan Persentase Responden Pembeli Berdasarkan Motivasi Dalam Mengonsumsi Buah Nanas	42

Organik Tahun 2025.....	
10. Sebaran Informasi dan Persentase Responden Pembeli Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Buah Nanas Organik Tahun 2025.....	43
11. Sebaran Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Sumber yang Memengaruhi Pembelian Buah Nanas Organik Tahun 2025.....	43
12. Sebaran Jumlah dan Alternatif Persentase Responden Berdasarkan Pertimbangan dalam Pembelian Buah Nanas Organik Tahun 2025.....	44

LANJUTAN DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
13.	Sebaran dan Persentase Responden Berdasarkan Alasan Membeli Buah Nanas Organik di Lokasi yang Dikunjungi Tahun 2025.....	45
14.	Sebaran dan Persentase Responden Berdasarkan Perencanaan Waktu Pembelian Buah Nanas Organik Tahun 2025.....	46
15.	Sebaran dan Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Buah Nanas Organik Tahun 2025.....	47
16.	Sebaran Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Tindakan Konsumen Ketika Buah Nanas Organik yang Sering Dikonsumsi Tidak Tersedia di Tempat Perbelanjaan Tahun 2025.....	48
17.	Sebaran Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Keinginan Untuk Melakukan Pembelian Ulang Buah Nanas Organik di Tempat Perbelanjaan Tahun 2025.....	48
18.	Sebaran Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Reaksi Konsumen Ketika Harga Buah Nanas Organik yang Biasa Dikonsumsi Mengalami Kenaikan Tahun 2025.....	49

19.	Sebaran Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Persetujuan untuk Merekomendasikan Buah Nanas Organik yang Sering Dikonsumsinya Tahun 2025.....	49
20.	Nilai Evaluasi Kepentingan (e_i) dan Kategori Tingkat Kepentingan Atribut Buah Nanas Organik.....	50
21.	Nilai Kepercayaan (b_i) dan Kategori Tingkat Pelaksanaan Atribut Buah Nanas Organik.....	53
22.	Hasil Analisis Sikap Konsumen dalam Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan.....	54
23.	Hubungan Atribut Terhadap Keputusan Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Tahun 2025.....	58

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Proses Keputusan Pembelian.....	1
2.	Skema Kerangka Pemikiran Penelitian.....	23



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden yang Membeli Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	70
2.	Pengenalan Kebutuhan Responden Pembelian Berdasarkan Manfaat dalam Mengonsumsi Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	74
3.	Pengenalan Kebutuhan Responden Pembelian Berdasarkan Tingkat Kepentingan dalam Mengonsumsi Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	77
4.	Pengenalan Kebutuhan Responden Pembelian Berdasarkan Motivasi dalam Mengonsumsi Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	80
5.	Pencarian Informasi Responden Berdasarkan Informasi Mengenai Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	83
6.	Pencarian Informasi Responden Berdasarkan Sumber yang	86

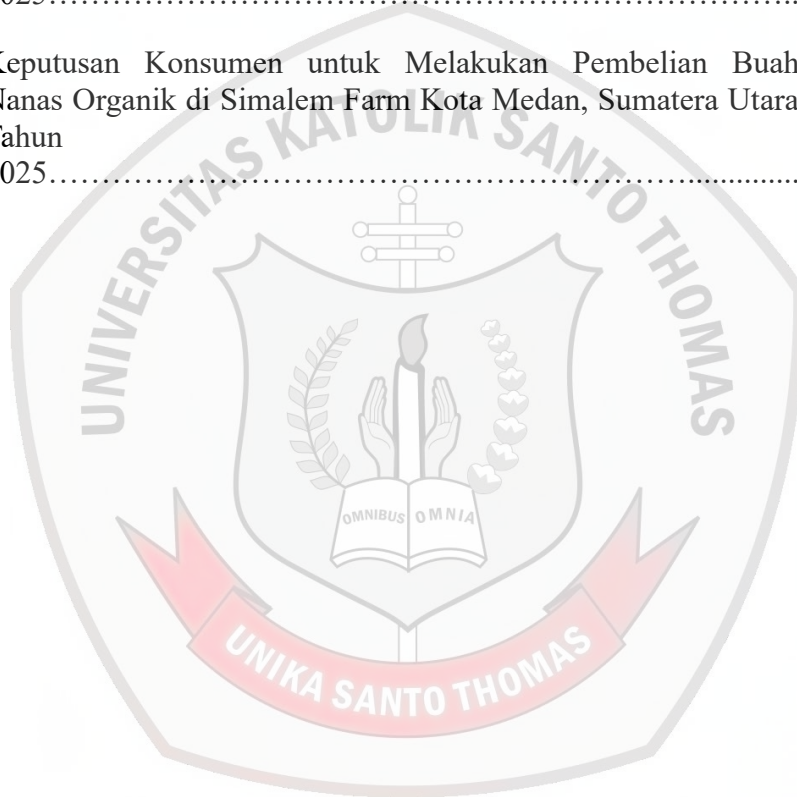
Memengaruhi Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....

7.	Evaluasi Alternatif Responden Berdasarkan Pertimbangan dalam Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	87
8.	Proses Pembelian Responden Berdasarkan Alasan Membeli Buah Nanas Oragnik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	92
9.	Proses Pembelian Responden Berdasarkan Perencanaan Waktu Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	95
10.	Proses Pembelian Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	98

LANJUTAN DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
11.	Evaluasi Pasca Pembelian Berdasarkan Tindakan Konsumen Ketika Buah Nanas Organik yang Sering Dikonsumsi Tidak Tersedia di Tempat Perbelanjaan di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	101
12.	Evaluasi Pasca Pembelian Berdasarkan Keinginan Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Ulang Buah Nanas Organik di Tempat Perbelanjaan di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	104
13.	Evaluasi Pasca Pembelian Berdasarkan Reaksi Konsumen Ketika Harga Buah Nanas Organik yang Biasa di Konsumsi Mengalami Kenaikan di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	107

14. Evaluasi Pasca Pembelian Berdasarkan Persetujuan Untuk Merekomendasikan Buah Nanas Organik yang Sering Dikonsumsi di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	110
15. Kepentingan (e_i) Konsumen Terhadap Atribut Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	113
16. Kepercayaan (b_i) Konsumen Terhadap Atribut Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	115
17. Keputusan Konsumen untuk Melakukan Pembelian Buah Nanas Organik di Simalem Farm Kota Medan, Sumatera Utara Tahun 2025.....	119



DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, R. T., Arifin, B., & Ibnu, M. 2021. *Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Di Kota Bandar Lampung*. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis, 8(2), 301. <https://doi.org/10.23960/jiia.v9i2.5103>
- Adelawati, K. 2019. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan*. AGRIMUM: Jurnal Ilmu Pertanian, 22(3), 183–189.
- Ariyani, D., & Sutrisno, J. 2021. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Segar Ditinjau dari Karakteristik Sensorik dan Non-Sensorik*. Jurnal Agribisnis dan Pangan, 5(2), 112–119.
- Badan Pangan Nasional. 2024. *Statistik Konsumsi Pangan 2023*. Pusat Ketersediaan dan Kerawanan Pangan.
- Badan Pusat Statistik . 2024. *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Indikator Hortikultura 2023*. Jakarta, Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Indikator Pertanian 2023*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2024. *Kota Medan Dalam Angka 2024*. Medan.
- Badan Standarisasi Nasional. 2016. *Sistem pertanian organik. Badan Standarsasi Nasional*. 1–48. <https://nasih.staff.ugm.ac.id/wp-content/uploads/SNI-6729-2016-sistem-pertanian-organik.pdf>
- Daengs, A. 2023. *Manajemen pemasaran*. Scopindo Media Pustaka. Surabaya.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2020. *Strategic Planning of the Directorate General of Horticulture*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2021. *Rencana Strategis Direktorat Jenderal Hortikultura Tahun 2020–2024 (Revisi II)*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Jakarta.
- Dirjen Hortikultura. 2020. *Laporan Kinerja 2020*. Direktorat Jenderal Hortikultura, 1–139.
- Engel, James. F, Roger, D. Blackwell dan Paul. W. Miniard, 1994. *Perilaku konsumen*, Jakarta : Binarupa Aksara.

- Fauzi, A., Roessali, W. & Nurfadillah, S., 2021. *Analisis Preferensi Konsumen Buah Nanas Madu Di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA), 5(4), pp. 1227-1232.
- Ferrinadewi. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Gadung, A., Abbas Zakaria, W., & Murniati, K. 2015. *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia (SB-CBD) di Kota Bandar Lampung*. Jiia, 3(4), 370–376.
- Hernosa, S. P. H. 2023. *Karakteristik Konsumen Nanas Dikabupaten Labuhan Batu Sumatera Utara*. Jurnal Agriuma, 5(1), 14–22. <https://doi.org/10.31289/agri.v5i1.8811>
- Ibnu, M., Hariyadi, S., & Andriyani, R. 2021. *Preferensi konsumen terhadap atribut buah-buahan di Kota Bandar Lampung*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 9(2), 150–160
- Juita, F., Oktapiana, H. T., & Balkis, S. 2024. *Preferensi konsumen dan faktor yang menentukan pengambilan keputusan pembelian buah nanas madu (Ananas comosus L. Merr) (Studi kasus kios buah Sarlini Sahril di Kelurahan Bukit Merdeka, Kecamatan Samboja Barat, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur)*. Baselang: Jurnal Ilmu Pertanian, Peternakan, Perikanan dan Lingkungan, 4(1), 35–44.
- Kementerian Pertanian. 2021. *Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2022*. Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian, Kementrian Pertanian Republik Indonesia, 1–132.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller .2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. PT. Prenhanllindo. Jakarta.
- Maida, P. 2019. *Perilaku Konsumen Buah Lokal di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung. <http://publikasi.fp.unila.ac.id>.
- Pebrianti, W. 2012. *Analisis Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Harga Premium terhadap Niat Beli Produk Hijau di Pontianak*. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, 3(1), 69–84.
- Prasetyo. 2020. *Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang Di Pasar Tradisional Kota Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Pusdatin. 2020. *Analisis Kinerja Perdagangan Nenas*.

- Republik Indonesia. 2010. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2010 tentang Hortikultura*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 132.
- Shafira, N. A., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. 2021. *Analisis preferensi konsumen terhadap produk olahan mangga*. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(2), 173–187.
- Saragi, Cyprianus P. H., and Maryanti Sitohang. 2023. *Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian buah jeruk impor dan lokal selama pandemi Covid-19 di Supermarket Brastagi*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* 23 (1): 240–249.
- Setiyani. 2020. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Media.
- Simamora, B. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia. Jakarta.
- SPOI, A. O. 2023. *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2023*. (D. W. Alkausar, Ed.) Jakarta: Universitas Bakrie Press.
- Stan, S., & Tomozei, C. 2019. *Organic food consumers and purchase intention: A case study in Romania*. *Agronomy*, 9(3), 145.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian*. Bandung. (ID): CV Alfbet.
- Sumarwan dan Agus. 2004. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit Kerjasama. PT. Ghalia Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Supriyadi, & Wulandari, D. 2020. *Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 4(1), 54–65.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi ke-3*. Yogyakarta (ID): Andi Offset
- Tjiptono. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holyshoes*. *Manajemen Tools*, 4(30).
- World Health Organization. 2020. *Increasing fruit and vegetable consumption to reduce the risk of noncommunicable diseases*.
- Yola, M., & Budianto, D. 2016. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)*. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1), 301. <https://doi.org/10.25077/josi.v12.n1.p301-309.2013>.