

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2004. *Bagaimana Memproduksi Sayuran Organik*. <http://www.pustaka-deptan.go.id>. Diakses tanggal 15 Desember 2012.
- Anonymous.2010. *Metode Penelitian*. <http://www.4skripsi.com/metodologi-penelitian/macam-macam-metode-penelitian.html#ixzz2HCnV737x>. Diakses tanggal 21 Desember 2012.
- Aaker, David. A. 1992. *Managing the Most Important Asset : Brand Equity Planning Review*, 20(5): 56-60.
- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Terjemahan. Penerbit Mitra Utama. Jakarta.
- Andoko, A ., 2002. *Budidaya Padi Secara Organik*. Cetakan-I. Penebar Swadaya, Jakarta. BALITPANG, 1989. Padi. Edisi ke-2. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan. Bogor.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta
- Badan Litbang. 2011. *Pertanian Organik*. <http://jatim.litbang.deptan.go.id>. Diakses tanggal 15 Desember 2012
- Damastuti, Anya. 1998. *Pertanian Organik*. <http://www.scribd.com/doc/PDF-Pertanian-Organik>. Diakses tanggal 15 Desember 2012
- Davis, D.F. 2002, "Fuzzy sets, Uncertainty, and Brand associations,"*American Marketing Associations*, 13:312-319.
- Del Rio, A.B.,R. Vesques dan V.Igle. 2001, "The effects of Brand Associations on Consumer Response", *The Journal of Consumer Marketing*, 18(4/5):410-426.
- Departemen Pertanian,2012. *Gebyar Perbenihan Produk Tanaman Pangan dan Hortikultura Prop. Jawa Timur*. <http://ppvt.setjen.deptan.go.id/ppvtp/berita-501-gebyar-perbenihan-produk-tanaman-pangan-dan-hortikultura-prop-jawa-timur.html>. Diakses tanggal 21 Desember 2012.

Durianto,D. 2001. *Strategi Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabetha

Doyle, Peter. 1998. *Marketing management (4th ed.)*. New York: Mc Graw Hill

Healty life.2011. *Serba-Serbi Sayuran*. <http://www.healthylifefarm.webs.com/>.
Diakses tanggal 28 Desember 2012

Ihwan, Muhammad. 2010. *Pertanian Organik Hari Ini*.
<http://ekonomi.kompasiana.com>. Diakses tanggal 28 Desember 2012

IFOAM. 2010. *Prinsip- Prinsip Pertanian Organik*. <http://www.ifoam.org>.
Diakses tanggal 15 Desember 2012

Jolly D. 2000. *From cottage industry to conglomerates: the transformation of the US organic food industry,2000*

Keller, K.L. 1993.” *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-based Brand Equity*”, *Journal of Marketing*, 57(1):1-22.

Kementrian Pertanian. 2012. *Koordinasi pengembangan sayuran organik*.
<http://ditsayur.hortikultura.deptan.go.id>. Diakses Tanggal 15 Desember 2012

Kotler,Philip. 1996. *Dasar-dasar Manajemen*. Edisi keenam. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip. 2008.*Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Erlangga. Jakarta

Leon Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, **Consumer Behaviour**, Fifth Edition,1994

Low, G.S.,& Lamb, C. W. Jr. 2000. *The Measurement and dimensionality of Brand Associations, Journal of Product and Brand Management*, Volume 9(no 6)., pp 350-368. 18 Agustus 2006.
<http://www.brandchannel.com/images/papers/taxonomy.pdf>. Diakses tanggal 13 Desember 2012

Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

- Rianse, Usman dan Abdi. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Bandung
- Ridwan. 2012. *Mengenal Manfaat Sayuran Organik*. <http://ridwanaz.com/kesehatan/mengenal-manfaat-sayuran-organik/>. Diakses tanggal 2 januari 2013.
- Sciffman dan Kanuk, 1997. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Sengupta, Subroto. 2008. *“Brand positioning”: Strategies For Competitive Advantage*, New Delhi : Tata MC Graw-Hill Publishing Company Limited.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&R*. CV. Alfabeta. Bandung
- Suherman, E. dan Sukjaya, Y. (1990). *Kemampuan berpikir Analitis*. Bandung: Wijayakusumah 157
- Supranto dan Nandan Limakrisna. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Penerbit Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Supphellen, M. 2000. *“Understanding Core Brand Equity: Guideliness for indepth Elicitation of Brand Associations”*, International journal of Market Research, 42(3):319-331
- Susanto, A.B. & Wijarnako, Himawan. 2004. *Power Branding dalam Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Penerbit : Quantum Bisnis & Manajemen. PT. Mizan Publika. Jakarta.
- Syarif, Sultan, 2010. *Pasar Pertanian Organik*. www. Scribd.com. Diakses tanggal 21 Desember 2012.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi pertama. Bayu Media Publishing. Malang.

Wipardi, Prof. Dr.SE, 1991,*Marketing dan Perilaku Konsumen*. Mandar Maju.
Bandung.

