

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang : Press.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). Manajemen bisnis syariah: Menanamkan nilai dan praktik syariah dalam bisnis kontemporer. *Bandung: Alfabeta*, 130.
- Ankur Barua. (2013). *Methods for Decision-making in Survey Questionnaires Based on Likert Scale*. *Journal of Asian Scientific Research*, 3(1), 35–38.
- Anwar, R. N., & Aprilia, L. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijup Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 75–85.
- Cahyono, B., Haryono, A. T., & Malik, D. (2016). Analisa kekuatan strategi pemasaran melalui online marketing, offline marketing dan service Excellent terhadap loyalitas konsumen PT. Adinata graha raya kaliwungu dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 2(1).
- David, D., Kartowagiran, B., & Harjo, S. P. (2016). Evaluasi dan Strategi Pengembangan sma indonesisch nerderlandsche school (ins) Kayutanam. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 20(1), 27-44.
- David, F R. (2004). *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- David, Fred R. (2009). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empa.
- David, Fred R., (2012). *Strategic Management Concept and Cases*. Prentice hall.
- Dewi, N. A., Luayyi, S., & Attarie, P. N. (2022). Analisis Perbandingan Volume Penjualan Menggunakan Strategi Pemasaran Offline Dan Online Terhadap Pertumbuhan Laba Di Masa Pandemi Covid-19 (Pada Usaha Konveksi Barokah Di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 7(4), 52-68.
- Engki, E., Maswadi, M., & Kusri, N. Tingkat Motivasi Konsumen Kopi Robusta Di Kedai Kopi Aming. *Jurnal Sains Pertanian Equator*, 10(2).
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Fandi, & Juwita, R. (2022). Pengaruh Motivasi, Persepsi, Kepercayaan Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Layanan *Netflix* Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 142–150.
- Febriarta, A. dkk. (2012). Identifikasi Karakteristik Dan Fungsi Tanaman Hias Untuk Taman Rumah Di Dataran Medium Dan Dataran Rendah. *Jurnal Getalika* 1(1).11- 22.
- Gusri, S. (2014). Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi* 17(4) : 195–203.
- Hartono. (2012). PAIKEM; Pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif, dan Menyenangkan. Pekanbaru: Zanaf.
- Hasan, I. (2019). Pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian makanan online pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang (*Doctoral dissertation*, Malang: *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*).
- Hazazi, R. A., Antara, M., & Dewi, R. K. (2021). Strategi Pemasaran Online Produk Buah Beku di Tokopedia (Studi Kasus Freshjus Jakarta). *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 10 (1), 331-341
- Hunger, J. David and Thomas L Wheelen. (2003.) *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap *Marketplace* Shopee di Mojekerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1),31–42.
- Kertayoga, I., Desfaryani, R., & Irawati, L. (2023). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Intensitas Pembelian Madu Suhita. *Journal of Food System and Agribusiness*, 7(1), 13–20.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2008). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Jilid 2*.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora.
- Kotler, Philip. (1996). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Krisna, M. (2021). Strategi Pemasaran *Online* Produk Olahan Pangan (Studi Kasus pada Beberapa KWT di Kalurahan Sendangtirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman) (*Doctoral dissertation*, Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta).

- Lemeshow, S dkk 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Maharani, M. dkk. (2022). Pengembangan Kapasitas Usaha Petani Tanaman Hias Ramah Lingkungan di Kawasan Desa Wisata Taman Sari Kabupaten Bogor. *Journal Of Community Services: Sustainability & Empowerment* 02(01): 28–36.
- Majanah. (2019). Pemanfaatan Tanaman Hias Sebagai Obat Tradisional. *Jurnal Jeumpa*, 6(1), 210 – 214.
- Mardalis. (2008). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara Pratama.
- Martoyo, A., Hendrawan, S. A., & Hesananda, R. (2022). Perencanaan Strategi Pemasaran Tanaman Hias Taman Anggrek Ragunan di Masa Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6(2), 114-122.
- Muhammad. (2008). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mutmainah, Daningsih, E., & Marlina, R. (2014). Buku Saku Keanekaragaman Hayati Hasil Inventarisasi Tumbuhan Berpotensi Tanaman Hias di Gunung Sari Singkawang. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*. 3(10).
- Nasional Pendidikan Biologi FMIPA UNY. 23(39870423) : 946–952.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidempuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26-39.
- Pranajaya, P., & Wicaksono, H. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp (Wa) Di Kalangan Pelajar: Studi Kasus Di Mts Al Muddatsiriyah Dan Mts Jakarta Pusat. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa Dan Sosial*, 14(1). 89-104.
- Pratiwi, A. A. M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73-81.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Putri, D. (2019). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Hias Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang* [Skripsi]. Medan : Universitas Medan Area.
- Rahmanto, M. I., & Ismarani, I. (2018). *Strategi Pengembangan Bisnis Tanaman Hias di Kelurahan Mustikasari Kotabekasi*. The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018.
- Rahmawati. (2016a). *Manajemen Pemasaran*. In T. F. Kiswanto (Ed.), Samarinda: Mulawarman *University Press*.
- Rahmawati, Dewi. (2016b). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta: Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2001). *Creating Effective Marketing Plan*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti. Freddy. (2018). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robert, (2009). *Marketing Management: An Asian Perspective*”. Prentice Hall, Edisi Millennium, Northwestern University.
- Robinson R. B. J. (2008). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rohmawan, S. G., Sasongko, L. A., Fachriyan, H. A., & Hastuti, D. (2022, December). *Strategi E-Marketing Produk Sayuran Melalui Marketplace Shopee Di Kota Semarang*. In *Prosiding Seminar Nasional Perlindungan Tanaman* (pp. 19-27).
- Samodro, D., Ummah, A., & Wahidin, D. T. (2024). *Pemanfaatan Lokapasar Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran Digital Bagi Potensi Ekonomi Desa Baros, Kabupaten Serang*. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(2), 22-29.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Santoso, D. T. T., Purwanti, E. (2013). *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian*

Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler IndosatM3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(12): 112-129.

Sarwono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi 2. Yogyakarta: Suluh Media.

Silalahi, M. (2018). Keanekaragaman Tumbuhan Pekarangan Dan Pemanfaatannya Untuk Prasarana Pembelajaran Di Sekolah PS KD 1 Jakarta Sebagai Salah Satu Usaha Konservasi. *EduMatSains*. 3(1) : 1-20.

Soetrisno, A. Suwandari. (2016). *Pengantar Ilmu Pertanian*. Malang: Intimedia Kelompok Intrans Publishing.

Statistik, B.P. (2022). BPS. Provinsi Sulawesi Selatan.

Subadar, Adji Achmad & Rafli. (2022). *Why Digital Marketing?*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media.

Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. *Agora*, 5(1).

Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: IKAPL.

Sugiono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharedi, (2010). *Budidaya Ternak Ikan Air Payau*. Cempaka Grafindo. Semarang gf.

Suherman, D., Kadarsih, S., & Gusmantoro, M. G. (2017). Strategi pemasaran madu berdasarkan karakteristik konsumen di kota bengkulu. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 12(2), 171-183.

Sumarwan,(2014). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor : Galia Indonesia.

Sumiati, S. (2014). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan *Brand Image* Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet

Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 1(02), 110 – 123.

Tandaju, T. Y., Kaunang, S. T., Merung, Y. A., Kelana, G., Sumual, L. P., Tambajong, H. B., & Lambut, A. K. (2015). Modul Kewirausahaan. *Jurnal Kewirausahaan*. 4(2), 60 - 68.

Trisnani, T. (2017). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunikasi: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 6(3), 1-12.

Wahyudi, Agustinus Sri, MBA., 1996. *Manajemen Strategik*, Jakarta : Binarupa Aksara.

Widyastuti, T. (2017). *Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis*. Yogyakarta: CV Mine.

Wijaya, D. (2020). *Marketplace Pedia*. Yogyakarta: Laksana.

Wulandari, Y. S., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Promosi Melalui Twitter Pada Perusahaan Pariwisata Bahari “Ibu Penyu”. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 1(2), 195-208.

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran *Marketplace* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2), 43–48.

Zulkarnain (2009). *Dasar-Dasar Hortikultura*. Jakarta: PT Bumi Aksara.