

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia.
- Aditya, S., & Rahmi, E. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1-17.
- Andiani, Y. (2008). *Usaha Pembibitan Anggrek Dalam Botol (Tehnik In Vitro)*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Aprilia, L., & Cyrilla, L. &. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Ternak Berbasis E-Commerce. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi hasil Peternakan*, 6, 121-129.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran* (1-13 ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Azhari, R. F. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM Istana Rendang. *Jurnal Warta Pengabdian Andalas*, 28(3), 272-278.
- David, F. (2016). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (edisi kelima belas ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2012). *Strategic Management (Manajemen Strategi Konsep)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Desra. (2019). Pengertian, Jenis dan Manfaat Pemasaran Online. *Jurnal Entrepreneur*.
- Dewi, E., & Kodrata, K. F. (2023). Strategi Pemasaran Tanaman Anggrek Melalui Digital Marketing. *Jurnal Agribisnis*, 9, 29-36.
- Disyandi, W., & dkk. (2019). Bauran Pemasaran Tentang Konsep Apotek Modern Serta Strategi Pemasarannya. *Jurnal Riset Bisnis*, hal: 1-8.
- Fandi, & Tjiptono. (2014). *Service, Quality, & Satisfaction. Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi .

- Farahdiba, D. (2020, february). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen. *jurnal ilmiah komunikasi makna*, 8, 22-38.
- Gitosudarmo. (2019). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 2*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada BPFE.
- Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). The Effect Of Trust And Risk Perceptions Using E-Commerce On Consumer Purchase Intentions. *Journal Of Economics And Business (JECOMBI)*, 1, 239-247.
- Hardiansyah, A., Ikhwana, & dkk. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mie Basah. *Jurnal Kalibrasi*, 2-13.
- Hidayah, I. A., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 76-82.
- Indonesia, D. (2023, juni 5). Produksi Anggrek Indonesia Sebanyak 6,78 Juta Tangkai pada 2022. *data indonesia.id*.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: UNPAM PRESS.
- Kotler, & Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management. 14 Edition*. Jakarta: Upper Saddle River, NJ Pearson Education Limited ,.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marlius, D. (2016, April). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurmak*, 03. No.1, 12-22.
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. yogyakarta: deepublish.
- Mursid, M. (2010). *Manajemen Pemasaran (1 ed.)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen* . Bandung: Media Sains Indonesia.

- Nabila, F. A. (2018). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran di PT Industri Kereta Api Madiun (PT INKAI). *Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia*.
- Nazir. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian Cetakan 6*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Qomariyah, & Utomo. (2021). Strategi Pemasaran Tanaman Hias Dengan Pendekatan Analisis SWOT. *Exact Papers in Compilation (EPiC)*, 362.
- Ridwan. (2003). *Dasar--dasar statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Rukmana, R. (2000). *Budidaya Anggrek Bulan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sabran, M. (2003). Eksplorasi dan Karakterisasi Tanaman Anggrek di Kalimantan Tengah. *Buletin Plasma Nutfah*, 1.
- Sadya, S. (2023, Februari 23). *Pengguna Instagram RI Terbesar Keempat di Dunia pada Awal 2023*. Retrieved from Data Indonesia.Id:
<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-ri-terbesar-keempat-di-dunia-pada-awal-2023>
- Sari, P., Rosanti, D., & Putri, Y. .. (2022). Karakteristik morfologi jenis tanaman hias pekarangan rumah di Kelurahan Plaju Ulu Kota Palembang. *Jurnal Indobiosains*, Vol ,4(1).
- Sudjana, N. (2012). *Penelitian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sutedi, A. (2009). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran, Edisi Empat*. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategi (2nd ed.)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, H. (2003). *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital Di Kota Bandung. *Equilibrium*, 2.

Utami, W. (2013). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim Annisa Yogyakarta). *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*.

Wibisono, D. (2006). *Manajemen Kinerja (Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan)*. Jakarta: Erlangga.

Wibowo, D. H., & Arifin, Z. &. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 59. Retrieved from <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=371075&val=6468&title=Analisis%20Strategi%20Pemasaran%20untuk%20Meningkatkan%20Daya%20Saing%20UMKM%20Studi%20pada%20Batik%20Diajeng%20Solo>

Zulfanita, Gunawan, I., & Kusumaningrum, A. (2021). Strategi Pemasaran Bibit Anggrek di Kebun Anggrek Sidomulyo Orchid Kabupaten Magelang. *Surya Agritama*, 10, 355-366.

