

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, V. (2013). Analisis Bauran Pemasaran Tanaman Hias Pada PT. Bina Usaha Flora, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur. *Skripsi Departemen Agribisnis*.
- Agustina. (2018). Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Chicken Holic Di Kota Medan. *Skripsi*.
- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM Serta Strategi *E-marketing* UMKM Di Indonesia. *Laporan Penelitian*.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123-131.
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, A. T. (2008). *Statistic For Business And Economics*. Ohio: South Western: Thomson Learning.
- Asmaratanka, R. (2012). *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor: Departemen Agribisnis IPB.
- Bangun, P. A., & Nuswantara, B. (2020). Hubungan Antara Marketing Mix Dengan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kios Granari Fresh Semarang. *Agrika*, 14(1), 1-10.
- Diana, N. R., Antara, M., & Widhjianthini, W. (2020). Sebuah Keputusan Pembelian Sayur Organik Pada Gerai Jual Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)*, 8(1), 103-110.
- Fikri, K. (2021). Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Pada Cv. Cindelas Di Kabupaten Tegal. *Thesis*.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 20 (Edisi Keenam)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Haumara, R. U., Suamba, I. K., & Dharma, I. P. (2016). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Tanaman Hias Pada Cv. Kumala Dewata Di Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar. *Journal of Agribusiness and Agrotourism*, 9(1), 538-548.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 21(1), 84-93.

- Irawati, K., & Nuswantara, B. (2019). Hubungan Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Crispy Farm Kecamatan Banyumanik Kabupaten Semarang. *Agritech: Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 21(1), 21-31.
- Kaur, M., Kaur, A., & Sharma, R. (2012). Pharmacological Actions Of Opuntia Ficus Indica: A Review. *Journal of Applied Pharmaceutical Science*, 2(7), 15-18.
- Kotler, P. G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lakamisi, H. (2010). Prospek agribisnis tanaman hias dalam pot (potplant). *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 3(2), 55-59.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nalini, S. N. (2021). Dampak Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 4(1), 662-669.
- Noviana, A., Indriani, Y., & Situmorang, S. (2014). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 2(1), 77-85.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2), 60-69.
- Purwanto, A., Pramono, R., Asbari, M., Hyun, C. C., Wijayanti, L. M., & Putri, R. S. (2020). Studi Eksploratif Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Proses Pembelajaran Online Di Sekolah Dasar. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 1-12.
- Ria, R., & Yuliawati, Y. (2018). Hubungan Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lingkungan Dengan Keputusan Pembelian Susu Segar Di Kecamatan Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3), 195-209.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 108-122.
- Sarinastiti, N. (2013). Analisis Hubungan Promosi Dan Sikap Konsumen Dengan Volume Penjualan Tanaman Hias Anggrek (Studi Kasus Pada Handoyo Budi Orchid Malang). *Doctoral Dissertation*.

- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Smith, M. (2011). *Fundamentals of Management*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Stanton, W. J. (1994). *Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Sinto, R., & Yuniastuti, E. (2020). Coronavirus Disease 2019 : Tinjauan literatur terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7(1), 45-67.
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Liberty.
- Swastha, B. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Syahroni, S., Surni, S., & Dirgantoro, M. (2019). Hubungan Antara Bauran Pemasaran Dengan Penerimaan Dari Tanaman Hias Di Kota Kendari. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 4(5), 136-141.
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Titley, B. (2011). *Complete Business Studies for Cambridge IGCSE & O Level*. New York: Oxford University Press.
- Tjiptono, F. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tunggal, A. W. (2005). *Tanya Jawab Perilaku Konsumen Dan Pemasaran Strategi*. Jakarta: Harvarindo.