

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Avianti, R. A., & Margono, G. (2007). *Pengembangan Skala Sikap Diferensial Semantik Terhadap Fisika Mahasiswa Jurusan Teknik Mesin UNJ*. 16(1), 117–139.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Penduduk Usia 15 tahun ke Atas Menurut Golongan Umur*. <https://www.bps.go.id/indicator/6/715/1/jumlah-penduduk-usia-15-tahun-ke-atas-menurut-golongan-umur.html>
- Budi, S. W., Sukendro, A., & Karlinasari, L. (2012). *Penggunaan Pot Berbahan Dasar Organik untuk Pembibitan Gmelina arborea Roxb . di Persemaian The Use of Pot Organic Based Material for Gmelina arborea Roxb . Seedling Production in the Nursery*. 40(3), 239–245.
- Damayanti, R. P., & Susanti, A. (2021). *Antesenden Keputusan Pembelian Tanaman Hias*. 10. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.439>
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.
- Hasanah, H. (2017). *Teknik-Teknik Observasi*. 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Husnul Hotimah, S. (2014). *Pengaruh Faktor Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. 70(1), 29–39.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Gelora Aksara Pratama.
- Kurniati, F. (2021). *Potensi Bunga Marigold (Tagetes erecta L.) Sebagai Salah Satu Komponen Pendukung Pengembangan Pertanian*. *Media Pertanian*, 6(1), 22–29.
- Marbun, J., & Elviani, N. (2019). *Prospek Pengembangan Usaha Tanaman Bunga Hidup (Studi Kasus: Kota Pematangsiantar)*. *Jurnal Agrilink*, 8(1).
- Meitasari, D., Mutisari, R., & Widyawati, W. (2020). *Pengaruh Sosio-Demografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hortikultura Pada Online Market*. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 4(4), 959–972.
- Molebila, D. Y., Latuan, E., & Lutang, N. V. K. (2022). *Analisis Ketimpangan Distribusi Pendapatan Petani Jambu Mete (Studi Kasus di Desa Mauta, Kabupaten Alor)*. *Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6, Nomor 1, 31–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.4>
- Mufreni, A. N. (2016). *Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan, dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)*. 2(November), 48–54.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). *Pengaruh*

- Kualitas Produk, Promosi Terhadap Penjualan Pada Usaha Mikro Pengrajin Sepatu Di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 7(1), 60–70.
- Noviana, A., Indriani, Y., & Situmorang, S. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur*. 2(1), 77–85.
- Noviana, N., Indriani, Y., & Situmorang, S. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur*. 2(1), 77–85.
- Pratiwi, S. D., Prof.Dr.Suharno, & Wasil, M. (n.d.). *Pengaruh Dimensi Activity , Interest Dan Opinion (Aio) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Busana Muslim Shafira Di Samarinda*. 1–13.
- Priyanka, D., Shalini, T., & Navneet, V. K. (2013). *International research journal of pharmacy*. 4(1), 43–48.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rizal, A. N., Lisarini, E., & Argadinata, M. I. N. (2021). Tingkat Kesukaan Konsumen Pada Atribut Bunga Krisan Di Desa Cibodas, Cipanas. *AGRITA (AGri)*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.35194/agri.v3i1.1585>
- Semaun, S., & Darwis. (2020). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Analisis Etika Bisnis Islam)*. 4, 1–15.
- Srawati, F., & Muis, A. (2017). Analisis Pemasaran Tanaman Hias Pucuk Merah (*Oleina Syzygium*) pada Usaha Kembang Asri di Kota Palu. *J. Agroland*, 24(2), 155–162.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukri, S. Al. (2020). Basic Marketing Strategy. In *Konsep Marketing Mix dan Ekuitas Merek* (Issue October).
- Suprayanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor : In Media.
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Timisela, N. R. (2020). Analisis Segmentasi Pasar Sayuran Organik Di Pulau Saparua Kabupaten Maluku Tengah. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(1), 72. <https://doi.org/10.20961/sepa.v17i1.42910>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Wibowo, G. R., Praptono, B., & Rendra, M. (2021). *Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Green House Kaktus Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial*. 8(2), 2091–2098.
- Widyastuti, T. (2018). *Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis*. CV Mine.

- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Ajie*, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>
- Yatiman. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Anggrek (Orchidaceae) di Tempat Usaha Yusra dan Windha-Wan Florist. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1–68.
- Yulia, P., Soeyono, R. D., Anna, C., Afifah, N., & Gita, M. (2021). Pengaruh Aio (Activity , Interest, Opinion) Konsumen Millenial Gen Z (10-25 tahun) Pada Layanan Pemesanan Makanan Berbasis Daring (Online) Pada Masa Pandemi Covid-19. 10(2), 286–293.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry dan Simply Fresh Laundry di Jalan Cikutra Bandung). 2(1), 106–125.