

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghniyah, A., Syaparuddin, S., & Achmad, E. (2020). Analisis penerimaan retribusi dan strategi pengembangan objek wisata Taman Anggrek Sri Soedewi Provinsi Jambi. *E-Jurnal Ekonomi Sumberdaya Dan Lingkungan*, 9(3), 123–136. <https://doi.org/10.22437/jels.v9i3.11955>
- Anam, K. (2013). Strategi Pemasaran dan Implementasinya dalam Lembaga Pendidikan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.21274/taalum.2013.1.2.159-170>
- Barat, J. (n.d.). *Budidaya tanaman anggrek*. 1–12.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Pertanian, J. E., Agribisnis, D., Puspasari, E. D., Asmara, R., Dina, F., Program, R., Agribisnis, S., Pertanian, F., & Malang, B. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong (Studi Kasus Di Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu) the Marketing Efficiency Analysis of Rose Cut Flower (Case Study in Gunungsari Village, Bumiaji Subdistrict, Batu City). *Bulan Desember*, (2).
- Pratama, S. (2019). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Purwanto, A. W. (2016). *Anggrek Budi Daya dan Perbanyakannya*.
- Puspitasari, Nurmalina, R., Fariyanti, A., & Kiloes, A. M. (2018). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Perilaku Kewirausahaan dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha Petani Anggrek. *J. Hort Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Perilaku Kewirausahaan Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Usaha Petani Anggrek (Effect of Internal and External Factors Towards the Enterpreneurial Behavior of Orchid Growers) Puspitasari1*, 28(2), 2.
- Rossiana, L., & Rachmawati, R. (n.d.). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing MIX)*.
- Simbolon, J. B., Sinaga, R. E., & Sitepu, J. (2021). Peluang Home Gardening Selama Pandemi Covid-19 di Medan Sekitar. *Agroteknosains*, 5(1), 43–50.
- Singh, M. (2012). Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40–45. <https://doi.org/10.9790/487x-0364045>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Hanjani, A., & Wardana, L. K. (2022). Peningkatan Nilai Bisnis Tanaman Hias Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 267–271.
- Maha cakri, C. A. I., Usman, A., & Suadnya, W. (2020). *Manajemen Usaha Dan Penerapan Digital Marketing Tanaman Hias Di Kota Mataram the Business Management and Digital Marketing Application of Ornamental Plants in Mataram City*. 30(April 2020), 1–10.

