

DAFTAR PUSTAKA

- Adlian, Patty, K. L., & Kiriho, F. (2023). Efektivitas Pemberian Air Cucian Beras Terhadap Pertumbuhan Dan Hasil Tanaman Selada (*Lactuca Sativa* L). *Oryza: Jurnal Agribisnis Dan Pertanian Berkelanjutan (Online)*, 8, 1–10.
- Agustina, E. S. (2024). Analisis SWOT Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Locy Cahaya Bersaudara Menggunakan Matriks IFAS, EFAS, SFAS dan Grand Strategy. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 13, 266–274.
<https://doi.org/https://journalmab.ulm.ac.id/index.php/jbp>
- Agustina, J., Syahnaz, C., Humaidi, T. R., Baladan, M., Fahdiyanur, F., Agroindustri, M., & Jember, P. N. (2025). Analisis Kinerja Rantai Pasok Selada pada Usaha Hidroponik : Studi Kasus Pentani Hidroponik Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 38686–38691.
- Al-amro, I. H., Setiadi, A., & Roessali, W. (2025). Analisis Faktor Psikologis dan Respon Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Institut Pertanian Bogor di Pasar Modern Kota Bogor Bogor. *Jurnal Agrica*, 18(1).
<https://doi.org/http://ojs.uma.ac.id/index.php/agrica>
10.31289/agrica.v18i1.13019
- Arumingtyas, et al. (2021). *Biologi Tanaman Hortikultura*. UB Press.
- Arvyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). *Analisis Pengaruh Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa. 1*.
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2017). Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(2), 151–172.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Sayur-sayuran Per Kabupaten/Kota*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Bado, B. (2021). *Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah Tahta Media Group* (T. Media (ed.)). Tahta Media Group.
- Brilliandaru, Sultan, & Syafial. (2024). *Aanalisis Strategi Pemasaran Sayuran Selada Hidroponik (Studi Kasus di Desa Curah Jeru Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo)*.
- Cahyani, D. I., Kembauw, E., & Luhukay, J. M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Buah-Buahan (Studi Kasus Foodmart Supermarket Ambon Plaza). *Media Agribisnis*, 8479(1), 181–195.

<https://doi.org/https://doi.org/10.35326/agribisnis.v8i1.5160>

- Chaniago, H., Mulyawan, I., Suhaeni, T., Jumiyani, R., Niaga, J. A., & Bandung, P. N. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia. *Jurnal Akutansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 201–208.
- Fadjeri, A., Saputra, B. A., Kusuma, D., Ariyanto, A., & Kurniatin, L. (2022). Karakteristik Morfologi Tanaman Selada Menggunakan Pengolahan Citra Digital. *Jurnal Ilmiah Sinus (JIS)*, 20(2), 1–12.
- Fajria, F., Ethika, D., & Kusnaman, D. (2020). *Analisis Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Purwekerto*. 17(1), 40–48.
- Farisi, M. N. H. Al, & Anggraeni, R. (2024). Pentingnya Diversifikasi Produk Pada Perusahaan. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 3(2), 295–305. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.21776/jki.2023.02.2.01>
- Farnesia, L., Roessali, W., & Santoso, S. I. (2017). Analisis Pengaruh Promosi Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Walini Di Kota Bandung. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 34–43.
- Fawzi, E. a. (2022). *Strategi Pemasaran*. Pascal Books.
- Fitriannas, Y., & Budiraharjo, K. (2024). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Produk Selada Hidroponik CV . TFP. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian (JIMDP)*, 2748(105). <https://doi.org/https://doi.org/10.37149/JIMDP.v9i3.1127> ANALISIS
- Hartati, & Bella. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat BEli Produk Cosmetics Jafra Pada PT. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Menkeu)*, 10(01), 123–137. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12653>
- Hatumena, Y., J., Turukay, M., Parera, W. B., & Lawalata, M. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Pada Pasar Moderen Studi Kasus Di ” Foodmart Ambon ” Kota Ambon. *Jurnal Agrica*, 15(2), 182–194.
- Hidayatullah, R. S., Suherna, & Mulyaningsih, A. (2022). Strategi Pemasaran Selada Hidroponik Secara E-Commerce Dan Konvensional (Suatu Kasus Pada Kebun Riyan Farm). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 16(2), 58–69.
- Jamhuri, Ahmad, & Lestari Baroroh. (2021). Pengaruh Kemasan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ayam Goreng Nelongso (Studi Pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang. Soekarno-Hatta & Dieng Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Indonesia*, 7, 2–5.

- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management 15 th ed.*). Person.
- Kurniawan, R., & Gendalasari, G. G. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Restoran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i2.866>
- Kurniawati, R. (2020). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 191–203.
- Lubis, I. M., Rianto, J., Islam, U., Batu, L., No, J. H. M. Y., & Prapat, R. (2025). Strategi Pemasaran Produk Hortikultura oleh Petani di Kabupaten Labuhan Batu Marketing Strategy of Horticultural Products by Farmers in Labuhanbatu Regency. *Empiricism Journal*, 6(2), 223–230.
- Lydia, Handini, M. C., Gultom, R., Nababan, D., Martina, S. E., & Warouw, S. P. (2023). *Strategi Bauran Pemasaran Jasa 7P*. 4, 1479–1499.
- Maharani, M. R. D., Aryawan, F., Abidar, M. S., Yulianto, K. D., Purborini, A. G., Zainudin, A., & Haqqi, M. I. (2023). Preferensi Konsumen dalam Memilih Tiga Produk Kopi (Kapal Api, Fresco, dan Kahyangan): Sebuah Pendekatan Grid Analysis. *Jurnal Agrosains*, 16, 32–39. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.54035/agrosains.v16i2.392>
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). *Daya Tarik Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea Di Kota Makasar*. 4(1), 104–113. <https://doi.org/10.35965/jbm.v4i1.1079>
- Melani, E., & Yuliana, L. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Sandal Era Digital : Studi Kasus Juan Jaya Sandals. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2, 27–38.
- Nafi'ah, M. (2024). *Strategi bauran pemasaran sayuran organik kangkung di kurnia kitri ayu farm kota malang*. 9, 10–15.
- Nurmutmainnah, Hasan, I., & Haris, A. (2024). Strategi Pemasaran Produk Selada Sistem Hidroponik Pertanian Organik (Studi Kasus Pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro Di Desa. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(2).
- Pitaloka, D. S., & Aji, T. S. (2020). Analisis SWOT Pada Prospek Gadai Emas iB Barokah Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 263–272. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1061>
- Pradana, G. E., Harinta, Y. W., & Setyarini, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Selada Hijau (*Lactuca sativa* L.) Di Hidroponik Dzakiyyah Farm Kabupaten Sukoharjo. *JASE (Journal of Agribusiness, Social And Economic)*, 2, 47–53.

- Prasastono, S. H., Listyaningrum, H. D., & Aditya, G. (2022). Pengaruh Pemasaran 7-P (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process) Terhadap Keputusan Pembelian Supermarket Retail Jawa Tengah. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 1(3), 56–72.
- Prayoga, R., Wibaningwati, D. B., & Anggarawati, S. (2022). Strategi Pemasaran Produk Sayuran Pada Kelompok Wanita Tani di Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor. *Agrisintech (Journal of Agribusiness and Agrotechnology)*, 2(2), 67. <https://doi.org/10.31938/agrisintech.v2i2.352>
- Puspa, R., Permana, A., & Karunia, E. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Supermarket K-Store Krakatau Junction. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(02), 208–216.
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks Swot, Matriks Ife, Matriks Efe, Dan Matriks Ie. *Scientific African*, 7(January), 224–234. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>
- Putri, Widya, Asvita, Pristiyono, & Simanjutak, D. (2023). Implementasi Praktik Promosi Diskon dan Giveaway Media Sosial Dalam Menarik Minat. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 484–491. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.615>
- Rahmadhani, T., Hamzen, W. P. S., & Akrib, A. (2024). Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Pada CV Asma Hidroponik Dikota Palu. *E.J. Agrotekbis*, 12(4), 1056–1062.
- Ramadhan Januar, Yoesdiarti, A., & H, M. (2021). *Analisis Saluran Pemasaran Dan Risiko Distribusi Melon (Cucumis melo L.) Yang Dijual Di Pasar Tradisional*. 24–34.
- Ramadhan, Muhammad, Irfan, & Nirawati, L. (2026). Store Atmosphere Dominates Impulse Buying in Modern Retail: Suasana Toko Mempengaruhi Pembelian Impulsif dalam Ritel Modern. *Academia Open*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.21070/acopen.11.2026.13092>
- Rendelangi, A. B., Sahyuni, & Manan, L. O. A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada TOko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan. *Sultra Journal Of Economic and Business*, 4, 60–71.
- Rizka, H. N., Novita, I. D., & Izzah, Q. M. (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kedai Warung Kopi 777 Surabaya. *Yos Soedarso Economics Journal (YEJ)*, 4(1), 1–11.
- Salsabilla, S. A., & Nurhidayati, I. (2024). Bauran Pemasaran (4P) Selada (

- Lactuca Sativa L .) Hidroponik di Arghi Hydrofarm. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 3(1), 34–41.
- Sasmaya, Inggitina, Indriani, Y., & Gultom, D. T. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Kota Metro. *JIIA*, 7(3), 330–337.
- Sofyan, Deviana, Mar'aini, Napitupulu, A. A., Sim, G. N., & Jocelyn. (2024). Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Pusat Akses Kajian Manajemen*, 4(1), 17–22.
- Sumarni.B. (2019). Perilaku dan Karakteristik Konsumen dalam Membeli Sayuran pada Pasar Modern (Giant Supermarket) di Kota Makassar. *Jurnal Agribisnis*, 1(1).
- Sunarsi, D. (2024). *SWOT Teori, Implementasi, Strategy*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1, 24–36. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., & Samudra, G. E. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di Pt. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.31000/jim.v6i1.4117>
- Susanti, Noevie, Halin, Hamid, & Kurniawan, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 Di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(01).
- Syarbini; Sufriadi. (2023). *Strategi Pengembangan Usahatani Hortikultura Di Desa Sumber Bakti Kecamatan Darul Makmur Kabupaten Nagan Raya*. 3, 5014–5028.
- Undari Sulung et al. (2024). *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 110*. 5(September), 110–116.
- Varellia, Erend, Ignatius, Ismojo, Herdono, Endi, & Sarwoko. (2026). Pengaruh Harga, Brand Image, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di CitraGrand Cibubur CBD. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 7(5), 4370–4384.
- Wahyudie, T. (2020). Pengelolaan Komoditas Hortikultura Unggulan Berbasis Lingkungan. In *Forum Pemuda Aswaja*.

- Wijati, S., & Anam, C. (2025). Optimalisasi Produksi Selada (*Lactuca sativa* L .) Melalui Pemilihan Varietas dan Jenis Pupuk Organik Cair Optimization Of *Lectuca* (*Lactuca sativa* L .) Production through Selection of Varieties and Types of Liquid Organic Fertilizier. *Agroradix:Jurnal Ilmu Pertanian*, 9(1), 148–158.
- Yoebrilanti, Anggit, Dugarri, & Omar, A. (2024). Pengaruh Promosi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Marketplace Indonesia. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 10(2), 28–42.