

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Effect of Marketing Mix (7p) on Student Decision Making In Choosing an Entrepreneur Based School (Study at Muhammadiyah 9 High School Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325.
- Afza, M. A., Budiraharjo, K., & Prasetyo, E. (2022a). Pengaruh Marketing Mix Produk Melon Hidroponik The Farmhill terhadap Loyalitas Pelanggan di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(2), 568. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.21>
- Afza, M. A., Budiraharjo, K., & Prasetyo, E. (2022b). Pengaruh Marketing Mix Produk Melon Hidroponik The Farmhill terhadap Loyalitas Pelanggan di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(2), 568. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.21>
- Alam, I. K., & Mahanani, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat Ilham. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(1), 11–21.
- Anggriani, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pt. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *Skripsi*, 59.
- Arifa, S. N. (2022). *Riwayat Masuknya Praktik Perkebunan Hidroponik di Indonesia*. Good News From Indonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/07/14/riwayat-masuknya-praktik-perkebunan-hidroponik-di-indonesia>
- Bachtiar, M. L. (2016). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunungkidul. In *Universitas Negeri Yogyakarta*. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Bangun, P. A., & Nuswantara, B. (2020). Hubungan Antara Marketing Mix Dengan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kios Granari Fresh Semarang. *Agrika*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.31328/ja.v14i1.1023>
- Berlianti Mustika Pratiwi, Dwi Susilowati, S. H. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Harvest Queen Hydroponics, Kota Batu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 1–10.
- BPS. (2022). PDB (Lapangan Usaha) Seri 2010 (Milyar Rupiah) tahun 2022. In *Badan Pusat Statistik*.
- Chandra, N. N. O., & Suryaningsih, Y. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Sayur Hidroponik di Pokdarwis (Kelompok Sadar

- Wisata) Olean. *Agribios: Jurnal Ilmiah*, 17(1), 1–6.
- Dhita, S. G., Mukson, & Agus Setiadi. (2022). Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Kopi Espresso di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 175–188. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.17>
- Ernawati, R. (2018). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Tepung Tapioca Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT Tepung Tapioka Serupa Indah Pakuan Ratu Way Kanan)*.
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, & Jill. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hair et. al. (2013). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Gramedia.
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.
- Husain, T. K., & Amran, F. D. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik. *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)*, 10(1), 677. <https://doi.org/10.24843/jma.2022.v10.i01.p14>
- 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. <https://doi.org/10.30595/agritech.v21i1.4773>
- Irjayanti, A. D., Putri, I. M., & Kusumayani, D. (2022). *Statistik Perusahaan Hortikultura dan Usaha Hortikultura Lainnya*. Badan Pusat Statistik.
- Khosravani Farahani, H., & Mahmodi Lafva, M. (2019). An Empirical Study: Survey of Relationship between Marketing Mix and Customers' Loyalty (Case

- Study: SMEs in Ghazvin city). *Journal of Management and Accounting Studies*, 4(01), 16–21. <https://doi.org/10.24200/jmas.vol4iss01pp16-21>
- Khulud, H., Arifin, Z., & Wilopo. (2016). Analisa pengaruh bauran pemasaran terhadap volume Ekspor (Studi dengan Pendekatan Biaya pada Komoditi Kopi di PT. Asal Jaya). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 32(2), 53–58.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. In Erlangga (Vol. 7, p. 1835).
- Kurniawan, R. A. (2018). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Jambu Kristal Di Ud. Bumiaji Sejahtera Kota Batu*.
[http://repository.ub.ac.id/12855/%0Ahttp://repository.ub.ac.id/12855/1/RIDWAN ADI KURNIAWAN.pdf](http://repository.ub.ac.id/12855/%0Ahttp://repository.ub.ac.id/12855/1/RIDWAN%20ADI%20KURNIAWAN.pdf)
- Lutfiah, R. I., Widayanti, S., & Winarno, S. T. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Beli Konsumen di Okui Kopi 3.0 Surabaya. *Jurnal Agri-Tek: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*, 22(1), 52–55. <https://doi.org/10.33319/agtek.v22i1.80>
- Masyhari, N. (2021). *Tumbuh Pesat, Komunitas Hidroponik Kota Kediri Jadi Jujukan Magang*. Berita Jatim.
- Mirnowati. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Motor Suzuki Satria Pada Pt.Sinar Galesong Mandiri Makassar. *Universitas Muhammadiyah Makassar*, 89.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191–200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v6i2.1014>
- Mursid, M. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Novianti, F. D. (2018). Analisis Risiko Produksi Selada Hidroponik di PT. Kebun Pangan Jaya (Kebun Sayur) Pamulang, Tangerang Selatan. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Opdbogorkab. (2021). *Serah Terima Sertifikasi Prima 3 dan Registrasi /Pendaftaran PSAT UPT Pengujian Mutu Pangan Segar DKP Kabupaten Bogor*. Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten Bogor.
- Poerwanto, R., & Susila, A. D. (2021). *Teknologi Hortikultura*. IPB Press, 384.
- Pratiwi, B. M. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Harvest Queen Hydroponics, Kota Batu. *Repository.Unisma.Ac.Id*, 3(April), 49–58.

- Rizki, A. M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap kepuasan Konsumen PT. Perkebunan Nusantara I (Persero) PG Camming. *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus Covid-19 Di Kompas.Com*, 1–112.
- Rofflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. NEM.
- Roidah, I. S. (2014). *Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik*. 1(2), 43–50.
- Safutra, I. (2020). *Peluang Besar Bisnis Hidroponik di Perkotaan*. Jawapos.Com. <https://www.jawapos.com/hobi-kesenangan/01291733/peluang-besar-bisnis-hidroponik-di-perkotaan>
- Sawitri, D., Martaleni, & D, A. B. F. K. (2016). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pada Rumah Sakit Jiwa Dr. Radjiman Wediodiningrat. *Proceeding Forum Manajemen Indonesia Ke-8*.
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonalds Mt.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Sharma, N., Acharya, S., Kumar, K., Singh, N., & Chaurasia, O. P. (2018). Hydroponics as an Advanced Technique for Vegetable Production: An Overview. *Journal of Soil and Water Conservation*.
- Sholiha, E. U. N., & Salamah, M. (2015). *SEM-PLS Untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur*.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Andi.
- Sudari, S. A., Tarofder, A. K., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). Measuring The Critical Effect Of Marketing Mix On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction In Food And Beverage Products. *Management Science Letters*, 9(9), 1385–1396. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.012>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukamto, R., & Lumintan, D. B. (2015). The Impact of Marketing Mix towards Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction of Blackberry Indonesia. *IBuss Management*, 3(2), 316–324.
- Swarjana, I. ketut. (2022). *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian*. Andi.

- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Umam, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik terhadap Pengembangan Usaha Hidroponik Pada Cv. Puri Hidroponik. *Skripsi*, 1–75.
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8, 67–76.
- Yasmin, T. R. (2017). *Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofar Bandungan Kabupaten Semarang*.
- Youlla, D., Sangita, A., & Widarti, S. (2020). Analysis of Marketing Mix on the Level of Customer Satisfaction Towards Hydroponics Vegetables “ Dina Herbist ” in Pontianak City. *International Conference on Science, Technology, and Environment 2020*.