

REFERENCES

- Ariani, M. (2018) “ Pengaruh Variasi Produk Pembelian Ulang pada Café Vin’z Ice Cream di Kota Samarinda. *Ejournal Administrasi Bisnis*. Vol 6, No. 1.
- Aisyah dan Mahardi (2017) “Strategi Pemasaran Agrowisata Hortimart Agro Center Kabupaten Semarang”. Skripsi
- Budiman. G. (2009). “ Perencanaan Pengelolaan Sponsor dari Perusahaan dan Partnership”. Skripsi.
- Cristian, I. S. (2010). “ Analisis Strategi Pemasaran pada Agrowisata Kebun Tanaman Obat Karyasari Kecamatan Leuwiliang Kabupaten Bogor”. Skripsi.
- Echobar (2013). “Perencanaan Bisnis sebagai Implementasi Kewirausahaan pada Pembeajaran Ekonomi di SMA”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 146-155.
- Hidayati, A. (2018). “ Strategy Perencanaan dan Pengembangan Kawasan Agrowisata di Agro Belimbing Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung”. Skripsi.
- Kismono, G. (2011) *Bisnis Pengantar*, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Pondaag T.O dan Soegoto A.S (2016). “Evaluasi Strategi Promosi dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing PT. Astra graphia, Tbk Cabang Manado”. *Jurnal EMBA*, 4, 133-143.
- Purnama, H. (2009). “ Strategi Pemasaran Agrowisata Kebun Buah Plantera Fruit Paradise, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah.” Skripsi.
- Rihati. N.L.G.H et al (2019). “Strategi Pemasaran Agrowisata Royal Cocoa Sebagai Wisata Edukasi di Banjar Wongaya Beten Mengesta Kecamatan Penebal Kabupaten Tabanan”. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 4(2), 9-16.
- Rahayu, W. (2012) “Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Pada AgrowisataWisataSondokoro”, Skripsi.
- Rohman Y.A dan Pranata R. (2018). “Sistem Pengelolaan dan Strategi Pemasaran Pariwisata di Nusa Dua”, *Jurnal of Tourism and Creativity*, 2(1) 47-68.
- Sriwiyanti. E.(2020). “Analisis Perbandingan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dan Mark Up Pricing (Studi Ksus pada Toko Bumbu Borneng dan Toko Bumbu Nainggolan di Pasar Horas Gedung IV Lantai I Pematang Siantar). *Jurakunman*. 37-48.

Sudaryono.(2011) *Kewirausahaan*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.

Wibowo, M.E. (2018) “Strategi Pemasaran Produk” *Journal Manajemen*. 29-38.

