

REFERENCES

- Adhastian, P., dkk. (2020) Implementasi *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Omset Penjualan Susu Kambing Etawa Budidaya Pesantren Masyhad Anur Sukabumi, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 27-36.
- Agustina, F. S., dkk. (2020) *Pembuatan Lillin Aromaterapi Ekstrak Serai (Lemongrass) Menggunakan Metode Destilasi Sederhana*. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Aisyah and Mahardi. (2017) Strategi Pemasaran Agrowisata Hortimart Agro Center Kabupaten Semarang.
- Akbari, M. K., dkk. (2019) *Pengembangan Produk Berbasis Minyak Atsiri Sabun Padat dan Cair Guna Meningkatkan Taraf Kesejahteraan Masyarakat Desa Pelutan, Kecamatan Gebang, Purworejo*. ISBN, Yogyakarta.
- Ali, H. (2008) *Marketing*. Media Utama: Yogyakarta.
- Amalina, N.S.S. (2019) *Pengantar Belajar Digital Marketing*. STEKOM, Semarang.
- Atmoko, T. P. (2018) Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality, and Recreation*, 1(2), 83-96.
- Buchari, A. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chole, N., and Dharmik K. M. (2018) Digital Marketing and Social Media. *International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions* (pp.163-167). Nagpur: Tripude Institute of Management Education.
- Christian, I. S. (2010) *Analisis Strategi Pemasaran pada Agrowisata Kebun Tanaman Obat Karyasari Kecamatan Leuwiliang Kabupaten Bogor*. Skripsi.
- Daryanto (2011) *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera: Bandung.
- Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian–RI. (2006) *Statistik Perkebunan Indonesia – Tanaman Semusim*. Jakarta.
- Dimas, dkk. (2015) Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Bagik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 29(1), 59-66.

- Elida, T. and Ari R. (2019) *Pemasaran Digital*. Cetakan Pertama, September 2019. *IPB Press*, Bogor.
- Fadhilah, D. A. and Pratiwi T. (2021) Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing: Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Usaha” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XII (1), 18-22.
- Gumilang, R. R. (2019) Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil *Home Industri*, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 10-14.
- Hansen. and Mowen. (2001) *Manajemen Biaya*. Terjemahan Ancella A, Hermawan. Edisi pertama, jilid satu. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, A. (2012) *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga : Jakarta.
- Kasali, R. (2000) *Manajemen Public Relation Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT. Temprint : Jakarta.
- Kereh, F., Tumbel, A. L., dan Loindong, S. S. (2018) Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha SAM Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 6(2), 968-977.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P. (2005) *Manajemen Pemasaran, alih bahasa Benyamin Molan*. Jakarta, PT INDEKS Kelompok Gramedi.
- Kotler, P. (2006) *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, Edisi kesebelas, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Lestari, P. and Saifuddin M. (2020) Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui *Digital Marketing* Saat Pandemi COVID'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 3(2), 23-31.
- Mujahidin, A. and Khoirianingrum I. (2019) Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Uminus*, (Volume 2, 2019).
- Mulyadi. (2012) *Akuntansi Biaya*. Edisi kelima cetakan kesebelas. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ponde, S. and Jain A. (2019) Digital Marketing : Concepts and Aspects, *IJAR*, 7(2), 260-266.
- Quattrocchi, U. (2006) *CRC World Dictionary of Grasses*, Volume 1, Taylor and Francis Group, New York.
- Rahayu, W. (2012) Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Pada Agrowisata Wisata Sondokoro.
- Saladin, D. (2006) *Manajemen Pemasaran*. Edisi IV. Linda Karya: Bandung.

- Sari, P. R. J. (2019) Digital Marketing As Promotion on Bali Jeep Adventure Products. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(5), 204-209.
- Shinta, A. (2011) *Manajemen Pemasaran*, Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang.
- Sulaswatty, A., dkk. (2019) *Quo Vadis Minyak Serai dan Produk Turunannya*. LIPI Press, anggota Ikapi. Jakarta.
- Sunarto. (2002) *Akuntansi Biaya*. Edisi kedua. Yogyakarta: Amus.
- Syaifudin, M. (2013) Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online Di olx.co.id, *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 2(2), 1-16.
- Swastha, B. (2008) *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta.
- Todor, R. D. (2016) Blending Traditional and Digital Marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov Series V: Economic Sciences Volume 9(58)*, No.1.
- Tjiptono and Chandra. (2012) *Market Targeting*. Erlangga: Jakarta.
- Tjiptono, F. (2002) *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Andy. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008) *Strategi Pemasaran*. ANDI: Yogyakarta.
- Wanadjaja, dkk. (2008) Pengembangan Strategi Pemasaran Baru pada PT. SIMEX Pharmaceutical Untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Vipro-G. *Jurnal of Business Strategy and Execution*. BINUS University, 1(1), 135-157.
- Wibisono, W. G. (2011) *Tanaman Obat Keluarga Berkasiat*. Ungaran: VIVO Publisher.
- Wijoyo, P. M. (2009) *15 Ramuan Penyembuh Maag*. Jakarta: Bee Media Indonesia.