

DAFTAR PUSTAKA

- Haryanto, dkk. 2007. Sawi dan Selada. Penebar Swadaya. Depok
- Irfan, 2021. Kepuasa konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik CASA FARM BANDUNG Universitas Padjadjaran
- Kurniawan, Anggoro Dwi dan Sri Rahayu Astuti. 2012. *Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang)*. Diponegoro *Journal Of Management*. Vol.1, No.1.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Indeks. Jakarta
- Qurrohman, B.F.T. 2019. *Bertanam Selada Hidroponik Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN SGD Bandung.
- Rukmana, Rahmat. 1994. Bertanaman Selada dan Andelwi. Kanisius. Yogyakarta
- Sistaningrum. 2002. Pengertian promosi, Tujuan promosi, dan Bentuk kegiatan promosi Yogyakarta :Yudah
- Sumantri Putra, Giri. 2019. Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4p. [Skripsi]. Universitas Galuh.
- Sumeks.co. 2019. *Manfaat Hidroponik untuk Kehidupan Manusia*. <https://sumeks.co/manfaat-hidroponik-untuk-kehidupan-manusia/> [Diakses pada 26 Agustus 2021]
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Wibowo, Hendra. 2015. Panduan Terlengkap Hidroponik Bertanam Tanpa Media Tanah. *Flashbooks*. Yogyakarta. .
- Yudha Kusuma Wardhana. 2016. Benuk Kegiatan Promosi Pada Selada hidroponik di PT. Indmira, Jl. Kaliurang km 16,3 Yogyakarta