

DAFTAR PUSTAKA

- Afika, A., & Pasulu, I. 2023. Pengaruh online shop terhadap minat beli barang secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1): 257–265.
- Albab, M. 2021. Karakteristik bunga tetua anggrek dendrobium dalam menghasilkan variasi fenotipe baru melalui hibridisasi. *Buletin Anatomi Dan Fisiologi*, 6(2): 203–211.
- Alfiani, L., Wahyuningsih, S., Wibowo, H., & Fachriyan, H. A. 2023. Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk tanaman hias (Studi kasus di Erista Garden, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta). *Departemen Sosial Ekonomi Pertanian UNPAD*, 2: 17–23.
- Ali, H. 2025. Pengaruh kualitas produk, reputasi toko dan pemasaran digital terhadap keputusan pembelian di Marketplace. *JMPD: Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(2): 124–135.
- Agustina, L., & Fayardi, A. 2019. Online review : indikator penilaian kredibilitas online dalam platform e-commerce. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(4): 141–154.
- Agustianti, A. P. 2022. Pengaruh diskon dan impulse buying terhadap keputusan pembelian online shop Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jimeis*, 2(2): 88–97.
- Amima, S. P., Anggraini, R. M., Arini, R. M., Azzahra, H. S., & Abdillah, M. H. 2024. Analisis pengembangan bisnis tanaman hias dengan pendekatan model bisnis canvas (studi kasus pada UMKM tanaman hias CV Kebun Bunga Urban). *Jurnal Mirai Management*, 9(3): 236–253.
- Ananda, R. F., & Tumanggor, M. B. 2022. Pengaruh harga dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian bunga hias (Studi kasus konsumen tanaman bunga hias di Kawasan Taman Bunga Hias Dusun V Kecamatan Pagar Merbau). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2): 109–121.
- Anggraeni, N. 2022. Potensi anggrek di tengah pandemic Covid-19. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2): 639–648.
- Anggraeni, N., Harini, N., & Sutawi, S. 2024. Analisis Perilaku Konsumen Tanaman Anggrek Di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(1): 238.

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2024. APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang.. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. 2017. E-commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2): 131-136.
- Arbah, H. A., & Reza, S. 2022. Pengaruh promosi online dan harga terhadap keputusan pembelian pada urban kaktus dan sekulen di Jakarta Timur. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3): 314-328.
- Arum, D. K. 2024. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen tanaman hias di Graha Raya Kecamatan Pondok Aren Kota Tangerang Selatan. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2(6): 63-76.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. 2024. *Statistik Pertanian Hortikultura Provinsi Jawa Tengah 2021–2023*. <https://jateng.bps.go.id/id/publication/2024/08/30/47fd3a9c851e34f515572ee6/horticultural-agriculture-statistics-in-jawa-tengah-province-2021--2023.html#:~:text=Statistik%20Pertanian%20Hortikultura%20Provinsi%20Jawa%20Tengah%202021%E2%80%932023,disajikan%20dalam%20publikasi%20ini%20merupakan%20Angka%20Tetap>
- Banjarnahor, H. M., Siagian, N., & Sinaga, K. 2025. Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen di era digital pada Universitas HKBP Nommensen Medan. *Warta Dharmawangsa*, 19(3): 1692–1702.
- Bara, S., Nendissa, D. R., Nikolaus, S., Pellokila, M. R., & Khoiriyah, N. 2022. Faktor keputusan belanja online produk pertanian dan non-pertanian. *JASE: Journal of Agricultural Socio-Economics*. 3(1): 15-22.
- Clarissa, O., & Halim, M. 2019. Taman wisata dan konservasi anggrek nusantara. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(1): 408-420.
- Dwijayanthi., Meryawan, I. W., Rusmayanthi, K. intan, & Nurakmalia, A. 2025. Pengaruh pengalaman membeli, kemudahan pengguna dan kepercayaan terhadap minat beli ulang konsumen pada e-commerce Lazada (studi kasus pada konsumen di kecamatan gianyar). *Jurnal AKSES*, 16(02): 1-11.
- Faisol, F., Sri Aliami, & Samari. 2022. Internal and external factors of consumer behaviour: phenomenon in buying decisions at the Keboen Rodjo Restaurant, Kediri. *Efektor*, 9(1): 35–47.

- Fauzi, M. I., & Yuliawati. 2020. Perilaku konsumen dalam membeli sayuran organik PO Sayur Organik Merbabu (Studi kasus Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 4(4): 752-762.
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. 2023. Pengaruh online consumer review, kualitas produk dan persepsi harga terhadap Keputusan pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1): 48-64.
- Fetrisen, & Aziz, N. 2019. Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek AICOS produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *Preprints*, 1: 1-9.
- Fitriani, D. 2019. Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *CCIT: Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 12(1): 99–107.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. 2018. Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal Of Applied Business Administration*, 2(1): 152-165.
- Hadi, R. M., Februadi, A. C., & Gunawan, A. I. 2021. Analisis persepsi risiko dan kepercayaan konsumen dalam belanja online. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1(2): 4–5.
- Heriansyah, P. 2019. Multiplikasi embrio somatis tanaman anggrek (*Dendrobium* sp) dengan pemberian kinetin dan sukrosa secara in vitro. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 15(2): 67-78.
- Herlina, N., Susanti, Y., & Ramadhan, A. 2021. Analisis pengaruh faktor pribadi dan budaya terhadap keputusan pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3): 210–216.
- Hidayatul, R., Anwar, K., & Nirmawati. 2025. Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian tanaman hias (Studi kasus Pada CV. Sayang Rumput Di Kota Mataram). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 2(4): 452–461.
- Hudaya, A., Ali, H., & Mahaputra, M. R. 2024. Determinasi promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada toko tanaman hias). *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen dan Terapan*, 5(5): 306-313.
- Hulantu, K., Napu, K., & Rauf, N. 2024. Pengaruh harga dan pendapatan konsumen terhadap keputusan pembeli produk di toko aning shop di Milangodaa. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12(1): 1–12.

- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. 2021. *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada, Bandung.
- Jafrizal, J. 2020. Pengaruh persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pada minimarket di kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3): 329–340.
- Jupri, A., Saadah, R., Sukiman, Sukenti, K., & Jannah, W. 2023. Preservation of orchid plants through cultivation as nature tourism objects in Mount Rinjani National Park, Lombok Island. *Jurnal Biologi Tropis*, 23(1): 402-411.
- Kamila, S. F., & Trimo, L. 2022. Tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen tanaman hias kaktus melalui pemasaran online di Cacti Heaven Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2): 1435-1447.
- Kamila, S., Putri, C. S. K., Nurrafaida, T. C., Asma, H. D., & Setiawan, D. M. 2025. Analisis komunikasi pemasaran: Popularitas e-commerce di TikTok dan X selama Ramadan 2025. *Comdent: Communication Student Journal*, 3(1): 154–171.
- Kodrata, K. F., & Dewi, E. 2023. Strategi pemasaran tanaman anggrek melalui digital marketing. *Jurnal Agribis*, 9(2): 29–36.
- Kotler & Keller. 2016. *Marketing Managemen* (15th ed). Pearson Education, England.
- , 2017. *Marketing Management* (15th ed). Pearson Education, England.
- Kotler & Armstrong, G. 2018. *Principles Of Marketing* (17th ed.): *Creating Customer Value and Engagement*. Pearson.
- Khairunnisa, L. 2023. Analisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian tanaman *Monstera adansonii* di Kelurahan Pondok Kelapa. *Journal of Student Research*, 1(2): 506–522.
- Luh, N., Erma, P., Ayu, I. G., Giantari, K., Ekawati, N. W., & Setiawan, P. Y. 2023. Perilaku belanja impulsif secara online. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(3): 605–616.
- Maesaroh, R., Yuniawan, A., & Novianty, A. 2024. Pemasaran konvensional dan e-commerce (Studi kasus pada usaha rumah tangga pak slamet Di Desa Pangkalan Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo galuh*, 11(2): 624–633.

- Mahendra, Y. I., & Iswarini, H. 2023. Pemanfaatan Media sosial untuk pemasaran tanaman hias bonsai pada masa pandemi covid-19 di Desa Sidomulyo Kecamatan Gunungmegang Kabupaten Muara Enim. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 11(2): 90-97.
- Mardiyana, M., Murningsih, & Utami, S. 2019. Inventarisasi anggrek (Orchidaceae) epifit di kawasan hutan petungkriyono Pekalongan Jawa Tengah. *Jurnal Akademika Biologi*, 8(2): 1–7.
- Musyarrofah, H., & Susyanti, J. 2024. Transisi perilaku konsumen di era digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6): 316–330.
- Moudianingrum, S. 2024. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Sentra Flona Semanan Jakarta Barat. *Skripsi*. Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Mutmainah. 2025. Pengaruh ulasan online terhadap keputusan pembelian produk pada platform shopee. *Ekonomi, Jurnal Pariwisata, Manajemen*, 4(3): 696-706.
- Napitupulu, R., Asnawi, M., & Firah, A. 2023. Pengaruh media e-commerce dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Pt. Matahari Departement Store, Tbk Plaza Medan Fair. *Warta Dharmawangsa*, 17(4): 1780–1796.
- Ningtias, K. S., Reinelda, B., Yunarni, T., & Indra, N. H. 2025. Pengaruh kepercayaan dan keamanan layanan digital payment terhadap keputusan bertransaksi online (studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram). *JPEK: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 9(1): 289–298.
- Nurhaliza, V., & Malik, A. 2022. Pengaruh kualitas produk dan promosi online terhadap keputusan pembelian bunga anggrek di CV. Sumatera Busan Namorambe Deli Serdang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2): 163-174.
- Ode, L., Bande, S., Arimbawa, P., & Abdullaha, W. G. 2023. Identifikasi dan budidaya tanaman hias aglaonema (*aglaonema sp.*) dan anggre (*orchidaceae*) identification and cultivation of aglaonema ornamental plants (*aglaonema Sp.*) and orchid (*orchidaceae*). *JAPIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1): 1–6.
- Permana, A. F., & Suminartika, E. 2022. Analisis house of risk (hor) pada usaha tani tanaman hias dracaena. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(8): 2003–2005.
- Prabowo, E. S., & Wiratno, E. 2019. Analisis kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online. *Juripol: Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*, 2(1): 81-92.

- Pratama, & Arifin, S. 2022. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga anggrek di “Sasa Orchid” Pasar Bunga Splendid Kota Malang. *SEAGRI: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 10(3): 25–32.
- Prayogi, R., & Nufzatutsaniah. 2025. Transformasi perilaku konsumen di era transaksi digital. *Prosiding Seminar Nasional*, 4(1): 831–835.
- Putri, M. S. 2021. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Banda Aceh. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh.
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. 2022. Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian online. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1): 25–36.
- Putri, H. 2022. Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Purwantoadi, Y., & Saino, S. 2022. Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tanaman hias di era pandemi Covid-19. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2): 197-210.
- Rabbani, W. A., Sahat, D., Manalu, T., & Azhim, F. F. 2025. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian tanaman hias di Mekar Hurip Nursery. *YUME : Journal of Management*, 8(2): 432–443.
- Rachmawati, F. A. D., Suhirmanto, & Budianto. 2023. Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Online Dan Offline Tanaman Anggrek Di DD Orchid Nursery Desa Dadaprejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. *Agriscience*, 4(2): 416–431.
- Raintung, M. C. 2019. Pemasaran online produk unggulan Kota Manado melalui media sosial online (Studi pada mahasiswa FEB Unsrat). *Jurnal EMBA*, 7(4): 5276–5285.
- Rahardian, S. I., & Sudarwanto, T. 2020. Pengaruh pengalaman konsumen terhadap keputusan pembelian online dengan mediasi kepercayaan di marketplace Shopee. *JPTN: Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(2).
- Rakasyifa, I., & Mukti, G. W. 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur dan buah di ritel online (Suatu kasus pada konsumen ritel online di Jakarta). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1): 275-289.
- Restanto, P., Nur Khozin, M., Rahmadyah, I., Damayanti, A., Ibnu Batuto, W., Soejono, D., & Erwin Kusbianto, D. 2024. Managemen produksi dan distribusi tanaman anggrek di DD Orchid Nursery. *Jurnal Pengabdian Pendidikan IPA Kontekstual*, 1(1): 8–14.

- Riska, A. 2022. Analisis hukum perlindungan konsumen atas rusaknya tanaman yang dikirim melalui jasa pengiriman jalur nugraha ekakukir (JNE). *Skripsi*. Fakultas Hukum, Universitas Bosowa, Makassar.
- Ridwan, W., Purnamasari, F., & Yusuf, Y. 2025. Pemasaran digital bunga anggrek untuk meningkatkan keberlanjutan ekonomi kelompok wanita tani. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 5(4): 2530–2539.
- Rochmah., Hastuti., Subantoro, & Fachriyan. 2024. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian anggrek bulan (*Phalaenopsis*) di Oemah Anggrek Bukit Unggul Raya Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 5(1): 306–329.
- Rombo, R. Y., Waani, F. J., & Lesawengen, L. 2022. Dampak media sosial terhadap penjualan *online* pada masa pandemi Covid-19 di Desa Sanda Bilik Kecamatan Makale Selatan Tana Toraja. *Jurnal ilmiah society*. 2(3): 1–9.
- Saifullah, M., & Harisudin, S. 2022. Analisis perilaku konsumen dalam pembelian tanaman hias sukulen secara *online* di Eks Karesidenan Surakarta. *Agrista*, 10(8): 2003–2005.
- Sarastila. 2021. Model penerimaan teknologi dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli tanaman hias melalui e-commerce saat pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(2): 13–26.
- Sari, T., Hendrastomo, G., & Januarti, N. 2022. Belanja online dan gaya hidup mahasiswa di Yogyakarta. *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 9(2): 1–22.
- Satria, E. 2023. Keputusan pembelian yang ditinjau dari pengaruh citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk: Studi kasus pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau. *Journal of Economics, Management, Business, and Accounting*, 2(2): 1-7.
- Sagala, Y., Pasaribu, B., & Sianturi, R. 2025. Jurnal lingkaran pembelajaran inovatif konsumsi di era digital: pendekatan anova. *Jurnal Lingkaran Pembelajaran Inovatif*, 6: 249–257.
- Salma, F. A., & Wijayanto, A. 2022. Pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4): 758–763.
- Sari, J. P., & Sudarsono, A. 2025. Pengaruh promosi dan harga tanaman hias terhadap keputusan pembelian pada Aroy Nursery di Tangerang. *Journal of Research and Publication Innovation*, 3(4): 106–113.
- Sintia, L., Siagian, Y. M., & Kurniawati, K. 2023. The determinants of purchase intention in social commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1): 214-237.

- Saputra, C. T., Anggarawati, S., & Wibaningwati, D. B. 2025. Efektivitas Instagram sebagai media promosi usaha tanaman hias Syaff Flora (The Effectiveness of Instagram as a Promotional Media). *Agrisintech: Journal of Agribusiness and Agrotechnology*, 6(1): 24–34.
- Solihin, D. 2020. Pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1): 38-51.
- Subhan. 2022. Pengaruh kemudahan transaksi, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara online (Studi kasus pada konsumen marketplace Shopee Kota Ternate). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1): 35-46.
- Sumantri, B., & Ansori, B. 2017. Kontribusi pendapatan ibu rumah tangga terhadap pendapatan keluarga. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2): 45-53.
- Sugiarto, M. E., Kumaat, R. M., & Pakasi, C. B. D. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian buah di Freshmart Tikala Kota Manado. *Agri-SosioEkonomi*, 13(1): 17-32.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- , 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- , 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Tapada, V. J., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. 2023. Pengaruh penggunaan media sosial dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian barang online (Studi pada konsumen Bag Store Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4): 1222–1232.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- , 2020. *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Taufiq, D. M., Limi, M. A., & Slamet, A. 2022. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian tanaman hias secara online di Kota Kendari. *JAS: Jurnal Agri Sains*, 6(1): 63-70.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1): 136-146.

- Utomo, J., Julius Nursyamsi., & Sukarno, A. 2023. Analisis pengaruh produk, promosi dan digital marketing terhadap keputusan pembelian pada belanja online dengan kepuasan konsumen sebagai interveting. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100: 116.
- Wardoni, I., Widarni, S., & Kusnaman, D. 2023. Analisis tingkat kepuasan konsumen tanaman anggrek di Kebun Sekar Gumilang Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. *AGRIFITIA : Journal of Agribusiness Plantation*, 3(1): 32–45.
- Wibawati, Z., & Sarungallo, A. 2018. Pertumbuhan anggrek *grammatophyllum scriptum* asal kultur in vitro pada berbagai macam formulasi media tumbuh berbasis ampas sagu (The growth of orchid (*Grammatophyllum Scriptum*) in vitro culture on various growth medium formulation based on sago dregs). *Cassowary*, 3(2): 91–100.
- Widodo, A., & Yusiana, R. 2023. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan usia sebagai moderator. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1): 1041–1050.
- William, & Aripadono, H. W. 2020. Faktor keputusan pembelian konsumen online marketplace. *Teknika*, 9(1): 48–57.
- Wijaya, M., & Dewi, I. 2024. Analisis usahatani tanaman anggrek *dendrobium* di Kecamatan Kulim Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Dinamika Pertanian*, 40(1) 53–62.
- Worang, D. R., Setiyawan, H., & Budiraharjo, K. 2025. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian tanaman hias sukulen di Cactiae Kota Semarang. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(2): 2014–2025.
- Yodfiatfinda, Y., & Rahayu, A. W. 2024. Perilaku konsumen pada keputusan pembelian tanaman hias di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 29(2): 196–206.
- Yuliati, E., & Rismawati, R. 2025. Analisis hedonic shopping motivation terhadap impulse buying pada pembelian bunga anggrek secara online di shoppe. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1): 579–585.
- Zagoto, Y., Yuliyati, M. T., Pambudi, R., Cikdan, M., Pamulang, M. U., & Selatan, T. 2022. Peran pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan pendapatan UMKM di masa pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(1): 37–40.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (Eds). 2018. *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. Hill Education, McGraw.