

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2010). *Marketing Research 9 Edition*. John Wiley & Sons, Danvers.
- Agus, M., Yusuf, Y., & Nafi, B. (2010). Pengaruh Perbedaan Jenis Pakan Alami Daphnia, Jentik Nyamuk dan Cacing Sutera terhadap Pertumbuhan Ikan Cupang Hias (*Betta splendens*). *PENA Akuatika*, 2(1): 21-29. <https://doi.org/10.24002/biota.v1i3.1227>
- Anonim. (2017). *Cupang: Ikan Rawa yang Dibanderol Rp 7,5 Juta per Ekor*. Retrieved April 10, 2017, from <https://kumparan.com/wiji-nurhayat/cupang-ikan-rawa-yang-dibanderol-rp-7-5-juta-per-ekor>
- Atmadjadja, J., & Sitanggang, M. (2008). *Panduan Lengkap Budidaya dan Perawatan Cupang Hias*. Jakarta: Agromedia Pustaka. ISBN 979-006-155-2
- Axelrod, H. R. (1995). *Encyclopedia of Tropical Fishes: With Special Emphasis on Technique of Breeding*. In T. Publications. Inc. University of California.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2021). *Jumlah Penduduk (Jiwa) 2019-2021*.
- Case, K. E. (2008). *Case Fair: Prinsip-prinsip ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *E-marketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. USA: Routledge.
- Daelami, D. (2001). *Usaha Pembenihan Ikan Hias Air Tawar*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Dewantoro, G. W. (2017). Mengenal Cupang (*Betta spp*) Ikan Hias yang Gemar Bertarung. *Jurnal Warta Iktiologi*, 1(1): 28-32. LIPI-20180904. <http://lipi.go.id/publikasi/mengenal-cupang-betta-spp-ikan-hias-yang-gemar-bertarung-know-to-cupang-betta-spp-ornamental-fish-that-like-fight/24974>
- Dinas Pertanian dan Pangan Kota Bandung. (2016). *Rencana Kerja Dinas Pertanian dan Pangan*. Bandung: Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi.

- Fishbase. (2017). *Betta splendens*. Retrieved April 14, 2017, from <https://www.fishbase.se/summary/4768>
- Gumilang, B. I., Artawan, I. K., & Widayanti, N. L. (2016). Variasi Intensitas Cahaya Mengakibatkan Perbedaan Kecepatan Regenerasi Sirip Kaudal Ikan Cupang (*Betta splendens*) Dipelihara di Rumah Kos. *Jurnal Jurusan Pendidikan Biologi*, 4(2): 15-21. <https://doi.org/10.23887/jjpb.v3i2.8034>
- Gunawan, D. D., & Huang, K. (2015). Viral Effects of Social Network and Media on Consumers Purchase Intention. *Journal of Business Research*, 68 (11): 2237-2241. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.004>
- Groves, R. M. 2010. Survey Methodology. *Op.cit.* hal 57.
- Hanafiah, A. M., & Saefuddin, A. M. (2006). *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, P., & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Kluster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Abdimas*, 23(2): 117-120. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17880>
- Hasbullah. (2009). *Dasar - Dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Intan, S. A., & Said, E. G. (2001). *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jokopitoyo, A. (2007). *Sumberdaya Manusia Tantangan Masa Depan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of The World Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53, 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platfrom (Cashback) untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi (SOURCE)*, 6(1): 14-25. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1753>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2020). *Konservasi Perairan sebagai Upaya*

- Menjaga Potensi Kelautan dan Perikanan Indonesia. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengelolaan Ruang Laut.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kottelat, M. (2013). The Fishes of The Inland Waters of Southeast Asia: A Catalogue and Core Bibliography of the Fishes Known to Occur in Freshwaters, Mangroves and Estuaries. *The Raffles Bulletin of Zoology*, (27): 1-663.
- Kozinets, R. V. (2010). Network Narratives: Understanding Word-of Mouth Marketing in Online Communities. *Journal of Marketing*, 74(2): 71-89.
- Kuncoro, E. B. (2009). *Ensiklopedia Ikan Air Tawar Populer*. Yogyakarta: Lily Publisher.
- Kurnia, A. (2002). Analisis Efisiensi Pemasaran Akar Wangi (Studi Kasus Desa Sukakarya Kecamatan Semarang Kabupaten Garut). *Institut Pertanian Bogor*.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Pracoyo, T. K. (2006). *Aspek Dasar Ekonomi Makro*. Yogyakarta: PT. Grasindo.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis Ecommerce di Indonesia. *Modus*, 27(2): 163. ISSN 0852-1875. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia (JIBEKA)*, 11(2): 46-53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Preace, J. A., & Robinson, R. B. (2014). *Strategic Management (Formulation, Implementation, and Control)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Progo, K. K. (2014). *Agribisnis*.
- Purbo, & Wahyudi, O. (2000). Mekanisme Pembayaran di Internet untuk *Ecommerce*.
- Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. (2020). Jumlah Penduduk Kota Bandung. *Katadata Media Network*.

- Puspitasari, N. P., Nabillah, A. D., Bahari, R., Caksono, N. D., & Mustika. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul. *JSAI*, 2(2): 165-171. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>
- Rachmawati, D., Basuki, F., & Yuniarti, T. (2016). Pengaruh Pemberian Tepung Testis Sapi dengan Dosis yang Berbeda terhadap Keberhasilan Jantenisasi pada Ikan Cupang (*Betta sp.*). *Journal of Aquaculture Management and Technology*, 5(1): 130-136. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jamt>
- Ridho, M. R. (2013). Pengaruh E-Marketing terhadap Citra Merek Nay@Dam pada PT. Kreasi Putra Sedayu. *Computer Based Information System (CBIS) Journal*, 1(1): 57-76. ISSN 2337-8794
- Sandhusen, R. (2008). *Marketing, Hauppauge*. New York: Barron's Educational Series.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset.
- Shaid, N. J. 2022. Pasar Oligopoli: Pengertian, Jenis, Ciri-ciri, dan Contohnya. Earn Smart, Kompas.com
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi. (2003). *Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tjiptoherijanto, P. (2001). Proyeksi Penduduk Angkatan Kerja, Tenaga Kerja, dan Peran Serikat Pekerja dalam Peningkatan Kesejahteraan. *Majalah Perencanaan Pembangunan*, Edisi 21.
- Vermaat, S. C. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Widiyanti, S. (2008). Analisis Efisiensi Pemasaran Talas di Kecamatan Taman Sari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. *Institut Pertanian Bogor*.
- Wijaya, A. (2017). Wow, Ikan Cupang Palembang Laku Rp 35 Juta, Pembelinya Orang Thailand. Retrieved April 10, 2017, from <http://www.tribunnews.com/regional/2017/02/21/wow-ikan-cupang-palembang-laku-rp-35-juta-pembelinya-orang-thailand>
- Yafiz, M., Fedi, M., Soepanto, Soemakaryo, & Monintja, D. R. (2009). Analisis Finansial Usaha Penangkapan Ikan Dalam Model Perbaikan Kesejahteraan Nelayan di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 14 (1): 81-92.
- Yustina, A., & Darmawati. (2003). Daya Tetas dan Laju Pertumbuhan Larva Ikan Hias *Betta splendens* di Habitat Buatan. *Jurnal Natur Indonesia*, 5(2): 129-132.
- Zahari, Z. (2017). Mengukur Efisiensi Produk Agribisnis.