

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Kasmi, M. (2021). *Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah ( UKM ) Ikan Hias Karang Melalui Pelatihan Pembuatan Akuarium*. 4(2), 231–241.
- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>
- Bakhtiar, Y. (2004). *Budidaya ikan hias air tawar untuk ekspor* (Mulyono (ed.)). AgroMedia Pustaka.
- Carrión Bósquez, N. G., Arias-Bolzmann, L. G., & Martínez Quiroz, A. K. (2023). The influence of price and availability on university millennials' organic food product purchase intention. *British Food Journal*, 125(2), 536–550. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2021-1340>
- Gani, I., & Amalia, S. (2018). *Alat Analisis Data*. Penerbit Andi.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasnidar, Nur, T. ., & Elfiana. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Ikan Hias di Gampong Paya Cut Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 1(2), 97–105.
- Jungang, W. (2023). The Effect of Product Innovation and Product Variations on Consumer Buying Interest. *Siber International Journal of Digital Business (SIJDB)*, 1(1), 25–33. <https://doi.org/10.38035/sijdb.v1i1.10>
- Khairani. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Pada Pangkalan LPG 3 KG UD.Rani di Sampit. *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 2(1), 9–17.
- Kotler, P., & Armstrong N. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. In Bob Sabran (Ed.), *Prinsip-prinsip pemasaran* (1st ed., pp. 224–228). er.
- Lesmana, D. S., & Dermawan, I. (2001). *Budidaya Ikan Hias Air Tawar*. penebar Swadaya.
- Lestari, A., & Faizin, M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Warunk Upnormal Cabang Gresik). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen "Gema Ekonomi,"* 9(1), 85–97.
- Militina, T., & Sudirman, H. A. (2020). *Dampak Green Marketing Dan Ssosial Perusahaan ( Studi Di Body Shop Di Samarinda )*. 2020(1993), 987–999.
- Nugroho, A. R., & Irena, A. (2017). *The Impact of Marketing Mix , Consumer ' s Characteristics , and Psychological Factors to Consumer ' s Purchase Intention on Brand " W " in Surabaya*. 5(1), 55–69.
- Parida, L. (2023). *( Studi Pada Usaha Gelamai Perentak Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin )*. 1(4), 112–126.
- Pasigai, M. A. (2018). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 51–56.
- Qisthina, D. R. (2020). Influence of Price and Product Availability on Consumer Purchase Intention To Buy Semen Tiga Roda. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1), 1–12. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6392>

- Sigalingging, R. J., Ginting, E. S., & Tarigan, P. S. (2022). Indonesia Accounting Research Journal The influence of celebrity endorsers, product variations and product quality on scarlett whitening consumers' buying interest. *Indonesia Accounting Research Journal*, 10(01), 18–25.
- Sipni, S., Ferdinan, F., & Lisa, H. (2022). Analisis Pemasaran Budidaya Ikan Hias Air Tawar dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AL-Muqayyad*, 5(2), 110–121. <https://doi.org/10.46963/jam.v5i2.808>
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA, CV.
- Walia, S. B., Kumar, H., & Negi, N. (2020). Impact of brand consciousness, perceived quality of products, price sensitivity and product availability on purchase intention towards 'green' products. *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*, 19(1), 107–118. [https://doi.org/10.1386/tmsd\\_00018\\_1](https://doi.org/10.1386/tmsd_00018_1)
- Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>