DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Y., Mulyo, J. H., Waluyati, L. R., & Mazwan, M. Z. (2021). Consumer Preferences Toward Goat Milk. *Agriecobis: Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, *4*(2), 100–109. www.researchgate.net

B Miles, M., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative-Data-Analysis*. https://www.metodos.work/wp-content/uploads/2024/01/Qualitative-Data-Analysis.pdf

Cahyani, A., Priyana, W., Akbar, R., Yetti, D., Rahmat, H. K., Nurbit, N., Veronika, N., & Deli, N. A. (2026). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sapi pada Ternak Tani Lubis. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, *9*(1). https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i1

Zebua Darniwati, Mendrofa Yupiter, Zebua Emanuel, & Harefa Idarni. (2025). Analisis Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk di PT. Indomarco Adi Prima Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Metadata*, *7*(1), 194–204.

Fauzi, A., Laily, D. W., & Fitriana, N. H. I. F. (2025). Analisis Kelayakan dan Saluran Pemasaran Usaha Ternak Kambing Peranakan Etawa di Desa Banjaragung, Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*, *13*(3), 955–973.

Fitrimawati, Indrayani, I., & Susanty, H. (2025). Pendampingan Penguatan Strategi Pemasaran Susu Kambing Pada El Fitra Farm Di Kota Padang. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, *8*(2).

Harnita, F. D., Wahyono, D. N., & Sundari, S. (2025). Strategi Pemasaran Agribisnis Ternak Domba Berbasis SWOT pada CV. Sultan Farm di Kabupaten Jember Marketing Strategy of Sheep Agribusiness Based on SWOT Analysis at CV. Sultan Farm in Jember Regency. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, *25*(2). https://doi.org/10.25047/jii.v25i3.6135

Kelvin Lane Keller, Philip, & Kotler. (2016). Marketing Management. (15 th global edition) Edinburgh: Pearson Education. In *Kasem Bundit Journal* (Vol. 18, Number 2).

Mohamad, R., Ekonomi, D., Pascasarjana, S., Sultan, I., & Gorontalo, A. (2021). *Strateg Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah*.

Nugraha, F., & Kurniawan, H. (2023). Pengaruh Promosi Digital Terhadap Peningkatan Penjualan Bagi Wirausaha di Bidang Konveksi Melalui Media Sosial. *Jurnal Minfo Polgan*, *12*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12541

Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. In *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir* (Vol. 1).

Permatahati, A. D. P., Danata, A., Shabrina, A., Wahyuningsih, N., & Irawan, B. (2025). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Persepsi Konsumen dalam Pembelian Produk Susu Kambing Etawa Cair: Studi Kasus di Peternakan Kambing Perah Telaga Rizqy, Metro, Lampung. *Jurnal Vokasional Agribisnis*, *3*(1), 19–28. https://ejournal.itsnulampung.ac.id/ojs/index.php/jik

Prasetyo, A. F., Suryadi, U., Hertamawati, R. T., Asrianto, N., Hermanuadi, D., & Malika, U. E. (2024). Strategi Inovasi Bauran Pemasaran Susu Kambing Senduro Menjadi Produk Unggulan Daerah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Peternakan*, *9*(2).

Pratiwi, I. C., Chandra, Y. E. N., Kathrine, Rosalina, E., Purwinarti, T., Firdaus, R. Z., & Zulkifli, F. (2025). Social Media Marketing Role in Building Brand Awareness and Purchase Intention among Generation Z. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *13*(2), 202–213. https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i2.16398

Rahardja, B. V., Rolando, B., Chondro, J., & Laurensia, M. (2024). Mendorong Pertumbuhan E-Commerce: Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Kinerja Penjualan. *JUMDER: Jurnal Bisnis Digital Dan Ekonomi Kreatif*, *1*(1). https://journal.dinamikapublika.id/index.php/JUMDER

Rahayu, D. S., & Putri, A. R. P. (2025). Pengaruh Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion) Terhadap Keputusan Pembelian. *Musytari: Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, *24*(10).

Rahmawati, N., & Syarif, M. (2023). Pengaruh Saluran Distribusi dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada Kelompok Tani Jagung di Sampang). *The Journal of Business and Management*, *6*(3).

Rubiyanti, N., Zulfanita, & Rinawidiastuti. (2022). Analisis Pemasaran Ternak Kambing Kaligesing (Studi Kasus di Desa Pandanrejo, Kecamatan Kaligesing, Kabuapten Purworejo). *Jurnal Sains Peternakan Nusantara*, *2*(1).

Sanjani, R., & Zahrah, H. (2026). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak Konsentrat. *Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, (1), 2892–2896. https://doi.org/10.63822/7e6gr845

Sari, A., Freitas, J. da C. F., & Batubara, H. (2025). *Marketing Strategies for Livestock and Aquaculture Products to Increase Agribusiness Competitiveness*. https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

Sulianta, F. (2024). *SWOT Analysis: Pengertian, Tujuan, dan Cara Praktis Mempraktekkannya*. file:///C:/Users/Hype%20GLK/Downloads/SWOTAnalysis-FeriSulianta.pdf

Ton, S., Rahayu, N. S., & Slamet, R. (2024). Bauran Pemasaran dan Strategi Pengembangan Susu Kambing (Studi Kasus pada Karya Etawa Farm Banyuwangi). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribussiness Science*, *12*(1), 66–72. https://doi.org/10.23960/jiia.v12i1.7638

Wiharto, Y., Mufti, Gata, G., & Subandi. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi dan Pemasaran Usaha Peternak Domba dan Kambing di Tenjo. *Jurnal Kabar Masyarakat*, *1*(4), 123–129. https://doi.org/10.54066/jkb.v1i4.1023