

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Management Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (1st ed.). Alfabeta.
- Alposin. (2019). *Identifikasi Morfologi Kelas Aves*.
<https://alposin.wordpress.com/2019/01/15/identifikasi-morfologi-kelas-aves/>
- Ananda, S. A., Hanifah, K. A., Putri, A. R., Maydiantoro, A., & Utari, F. D. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Informasi Pemasaran Online Dalam Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). *Edusola: Journal Education, Sociology and Law*, 1(4).
- Aprilia, L., Cyrilla, L., & Burhanuddin. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Ternak Berbasis E-Commerce di PT X. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, 06(3), 121–129.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. PT Rineka Cipta. Assauri, S. (2019). *Manajemen pemasaran*. PT Raja Grafindo.
- Butar-butar, D. F. F. D. (2024). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Visi Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 6(2), 1–23.
- Darmawan, E. (2025). *Hal yang Perlu Diperhatikan dalam Budi Daya Burung Merpati*. Koran Gala. <https://www.koran-gala.id/gala-komunitas/58716017752/hal-yang-perlu-diperhatikan-dalam-budi-daya-burung-merpati>
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba Empat.
- Deba, H. K. P., & Pramono. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi Produk Usaha Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Marketing E-Business. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(2), 124–133.
<https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i2.411>
- Efendi, F., & Susanti, I. (2025). *Pajacombo: Mencatat Nama-nama Hewan Lokal di Payakumbuh*. Penerbit Fahmi Karya.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=9_-YEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Merpati+atau+burung+dara+termasuk+dalam+famili+Columbidae+atau+burung+berparuh+merpati+dari+ordo+Columbiformes,+yang+mencakup+sekitar+300+spesies+burung+kerabat+peki+cau.&ots=0orQQ
- Fatimah, F. N. A. D. (2020). *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*.

Anak Hebat Indonesia.

Hasan, A. (2018). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Media Pressdindo.
Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Gosyen Publishing.

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga.

Hidayatullah, R. (2026). Strategi Pengembangan Bisnis Berbasis Digital pada UMKM. *Journal of Applied Economics and Business Global*, 2(1).

Kompasiana. (2023). *Perlombaan Burung Merpati yang Menjadi Tradisi Nusantara*. Kompasiana.Com.
https://www.kompasiana.com/wiratirtajaladara8451/6461a1694addee55914bcfa2/perlombaan-burung-merpati-yang-menjadi-tradisi-nusantara#goog_rewarded

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17th Edition). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
Kusuma, V. A. M., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. K. (2022). Strategi

Digital Marketing pada Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Masa

Pandemi Covid-19 melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat. *Jurnal Cafeteria*, 3(1), 24–35.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51742/akuntansi.v3i1.492>

Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat.

Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media. Meilya, S., Silviana, Fiqia, & Burhan, U. (2023). Penerapan Strategi Digital

Marketing Pada Umkm Makanan Dan Minuman Khas Gresik. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 485–497.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.156>

Muljono, R. K. (2018). *Digital marketing concept*. Gramedia Pustaka Utama.
Nurdiyanto, E., Resticka, G. A., & Hari Yanti, S. N. (2022). Ekoleksikon Burung

Merpati Sebagai Suplemen Pembelajaran Bahasa Berbasis Lingkungan:

Perspektif Ekolinguistik. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.19184/semiotika.v23i1.24367>

- Nusi, C., Gobel, L. Van, & Hasan, K. K. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Limaya Di Kelurahan Molosipat Kabupaten Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 611–622. <https://doi.org/10.37479/jimb.v8i2.34854>
- Oktiayani, R. (2020). Pengembangan strategi pemasaran ayam Barokah melalui digital marketing. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 4(2), 183–190.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2014). *Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi Dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Putrianingsih, S., Putra, T., & Huda, N. (2024). Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing di MIN 3 Tulungagung. *POJOK GURU: Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 2(1), 55–73. <https://doi.org/10.55148/pojokguru.v2i1.905>
- Rachmadi, T. (2020). *The Power of Digital Marketing*. Tiga Ebook.
- Rangkuti, F. (2019). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka.
- Rizeki, D. N. (2021). *Mengenal Jenis-Jenis Pemasaran Beserta Contohnya*.
- Sari, S., & Yuliana, G. D. (2017). Electronic Word of Mouth Melalui Youtube: Studi Terhadap Beauty Vlogger Kosmetik Wardah. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 59–69.
- Savilla, S. A., & Saputra, A. (2025). Analisis Perilaku Harian Burung Merpati Jantan dan Burung Merpati Betina (*Columba livia*). *Prosiding Seminar Nasional Biologi*, 5(1), 520–527. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/proseminasbio/vol5/1147>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi Keti). Prenada Media Group.
- Sidqi, R. (2020). *Beternak Burung Merpati bagi Pemula*. Jagad Tani. <https://jagadtani.com/read/1085/beternak-burung-merpati-bagi-pemula>
- Sinulingga, B. (2022). *Perlombaan Merpati Kolong, Antara Hobi dan Penghasil Cuan*. Liputan 6. https://www.liputan6.com/news/read/5047909/perlombaan-merpati-kolong-antara-hobi-dan-penghasil-cuan#google_vignette
- Sitanggang, C. E., Firda, D. A., Ramadhini, R., Panjaitan, J. M., Sofwan, S., & Sholeh, M. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Usaha. *Forum Bisnis Kewirausahaan*, 14(1), 23–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.35957/forbiswira.v14i1.8045>

- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Erlangga.
- Sudaryono. (2018). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumangla, P., & Panwar, A. (2014). *Capturing, Analyzing, and Managing Word-of-Mouth in the Digital Marketplace*. IGI Global.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. PT Penerbit IPB Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction*. Andi.
- Walker, B., & Larreche. (2019). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga.
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis segmenting, targeteting, positioning, dan marketing mix pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1), 1–8.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing plan! dalam bisnis*. Elex Media Komputindo.
- Wikipedia. (2014). *Squab*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Squab>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education