

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. Y. U., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Islam, B (2021). Analisis Strategi *Segmenting* , *Targeting* , *Positioning* Pada Cafe *Berkonsep One Stop Service* ( Studi Kasus Pada Sena Cafe Kroya ).
- Astina, S. T., Sunarti, & Mawardi, M. K (2016). Analisis Segmentation, Targeting, Dan Positioning Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran Di Toko Pia Cap Mangkok Cabang Semeru. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 57–66.
- ELMI, J (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Terasi Bawang (Siwang)* (Studi Kasus: UMKM Siwang Nounna Saritie di Desa Sleman Lor, Kecamatan Sliyeg, Kabupaten Indramayu).
- Gilang Nurdiansah, Budi Santoso, N (2019). Penerapan Strategi Pemasaran Stp Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Ud Mebel Aneka Pare Kediri.
- Green, W. J. K. M. C (2015). *Global Marketing*, 1–570.
- Hari Wijaya, H. S (2017). Analisis Segmentating, Targeting, Dan Positioning Pada Strategi Pemasaran Gerabah Di Sentra Kerajinan Keramik Kelompok Makmur Jaya Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Hinai Kab. Langkat, 5.
- Hari Wijaya and Hani Sirine (2016) Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap
- James, K (2015). Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference Dan Points of Parity). *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(03), 2477–3824.
- Keller, K (2016). *Kotler & Keller*, 48–62.
- Mahanan, E (2021). Telaah Strategi Pemasaran: Upaya Meningkatkan Daya Saing Pasar Bisnis Online Di Masa Pandemi Covid-19, 8(2).
- Moleong, L. J (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif ((Edisi Rev)
- Mujahidin, A & Khoirianingrum, I (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 19.
- Mujahidin and Khoirianingrum (2019). Dampak Penerapan *Segmentation* , *Targeting* , *Positioning* PT Kimia Farma Pada Pasar Nasional. 8(2), 209–222.

Nazaruddin, N., Hidayat, R & Andreas, R (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari'ah (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah). *Nizham Journal of Islamic Studies*, 8(01), 1.

Rahmawati (2016). *BUKU MANAJEMAN PEMASARAN*.

Sari, N. M & Retnaningsih, E (2020). Strategi Pengembangan Science Techno Park Melalui Ekosistem Inovasi Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Daerah Provinsi Sumatera Selatan. *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 12(1), 1–20.

Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono dan Chandra, 2012:140 (2012). Pengaruh Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. *Symposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK)*,

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti (2015). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.

Yulianti, F. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN*