

## DAFTAR PUSTAKA

Adiwijaya, M. (2007). Analisa Strategi Reposisi Merek Dalam Persaingan Pasar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2).

Dr, P. (2008). Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV. Alfabeta, Bandung, 25.

Hasil wawancara dengan pihak owner Rif'atul Muzayyanah.

Hidayat, R. S. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 6(1), 28-43.

<https://www.wikidata.org/wiki/Q14646868?uselang=id>

Jamira, A. (2017). Analisis segmentasi, targeting dan positioning studi kasus keripik kentang leo. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 17(3), 235-242.

Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.

Kembuan, P. C., Mananeke, L., & Soegoto, A. S. (2014). Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: Philip Kotler, Kevin*

*Lane Keller. Pearson.*

Kotler, P. (2012). *Memikirkan kembali pemasaran: Perusahaan pemasaran berkelanjutan di Asia*. Pers FT.

Lestari, N. E. P. (2017). Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. *Simnasiptek 2017*, 1(1), 61-66.

Lubis, A. N. (2004). Strategi Pemasaran dalam persaingan bisnis.

Lusinta, A. D. A., Titin, T., & Azizah, L. N. (2019). Analisis Segmenting, Targeting Dan Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global Pada Ukm Kacang Mede "Ebwang Mas" Surabaya. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(2), 907-920.

Martini, D. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada BRI SyariahKCP Ngawi* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mark Plus, *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*, 19.

Mujahidin, A., & Khoiraningrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 2).

Nisa, R. K., Indriani, S., & Adriantantri, E. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Segmenting, Targeting, Positioning Dan Penerapan

Customer Relation Management Di “Ln Outdoor” Malang (Persewaan Alat Camping). *Jurnal Valtech*, 4(2), 96-103.

Philip Kotler, Hermawan Kertajaya, Huan Hooi Den dan Liu Sandra, “*Rethinking Marketing:Sustainable Marketing Enterprise di Asia*” dalam [www.gomarketingstrategi.com](http://www.gomarketingstrategi.com) diakses pada tanggal 13 Februari 2021.

Pomantow, G. V., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maxx Coffee Di Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).

Raharjo, T. W., & Ir Herrukmi Septa Rinawati, M. M. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.

Rahayu, E. (2008). Manajemen Pemasaran Buku Daros. *Kudus: STAIN*.

Sujianto, S. (2011). Penerapan Strategi Stp (Segmenting,Targeting,Positioning). *Industri Inovatif:Jurnal Teknik Industri*, 1(1), 39-46.

Tanjung, I. P. (2017). *Kontribusi sub sektor perkebunan terhadap perekonomian daerah: studi kasus di Provinsi Jawa Timur* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017).

Tim Penyusun. 2018, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Jember: IAIN Jember.

Umar, H. (2003). *Business an introduction*. Gramedia Pustaka Utama.

Yasinta, M. (2022). *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada CV. Agriosing Indonesia di Kabupaten Banyuwangi* (Doctoral dissertation, uin kiai haji achmad siddiq jember).

Yuliana, R. (2013). Analisis strategi pemasaran pada produk sepeda motor matik berupa segmentasi, targeting, dan positioning serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 132143.