

DAFTAR PUSTAKA

- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori, dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Maslukhi, A. R., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2023). Analisis Segmenting, Targetting, dan Positioning (STP) Dalam Memenuhi Pangsa Pasar Pada Makaroni Ashobar. *JLAGABI*, 35-43.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Adiat, A. (n.d.). *Persaingan Usaha di Indonesia Meningkat, Dekati Target 2024*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/11/persaingan-usaha-di-indonesia-meningkat-dekati-target-2024>
- Afriani, S., Revolina, E., Soleh, A., Wijaya, E., & Kurniawan, K. (2023). Pengenalan Bauran Pemasaran (4P) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Produk Olahan Siswa Siswi SMKN Agribisnis dan Datuk Kota Bengkulu. *Jurnal BUDIMAS*, 5, 1-6.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- Ajnya, I. G., Jatra, I. M., Yasa, N. N., & Riana, I. G. (2023). *Brand Ambassador, Citra Merek, dan Niat Beli : Konsep dan Aplikasi*. Cilacap: Media Pustaka Indo.

- Bachtiar, Y., & Christine. (2008). *Manajemen Strategi - Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Diwyarthi, N. D., Tamara, S. Y., Anggarawati, S., Trinanda, O., & dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. PT. Gloal Eksekutif Teknologi.
- Dycres , U.-F. (2020). *Kompilasi Karya Ilmiah UKM-F Dycres 2019*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 14(1), 112.
- Gunawan. (2023). *Dasar-Dasar Manajemen (Jilid III)*. Klaten: Lakeisha.
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Restoran Pancious Soma Palembang. *Journal Ekombis Review*, 10(1), 289-290.
- Johano, B. A., Lamusa, F., & Rosanty, N. P. (2023). Strategi Pengembangan Pasar & Inovasi Produk “Idea Corporation” Untuk Menjangkau Pasar Yang Lebih Luas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 205-215.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word Of Mounth, Kualitas Layanan dan Citra Merk*. Banten: Bintang Sembilan Visitama.
- Lotte, L. N., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari, D. S., Daga, R., Elida, S. S., . . . Santosa, A. D. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.

- Matondang, T. A. (2019). Pengembangan Industri Kuliner Pada Usaha Bawang Goreng di Medan Crispy 22. *Skripsi*.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. 2, 288.
- Nababan, A. Y., Rahmawati, E., Saputra, E. G., Rivanti, F., Michelle, & Fatyandr, A. N. (2023). Analisa Strategi Diversifikasi Pada PT. Indosat Tbk. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 423.
- Ni'matuzahroh, & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. Malang: UMM Press.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., & dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nurfadillah, L., & Susanti, E. D. (n.d.). Peranan Segmentasi Pasar Dalam Menentukan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bergas Coffee Surabaya. 53-63.
- Prasnowo, M. A., Baskoro, G., & Astuti, M. (2019). *Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Kerajinan Batik*. Surabaya: CV. JSksf Publishing
- Prasnowo, M. A., Khomaruddin, A., & Hidayat, K. (2017). Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah PRoduksi Krupuk. *Teknika : Engineering and Sains Journal*, 17-24.

- Purnawanto, B. (n.d.). *Manajemen SDM Berbasis Proses: Pola Pikir Baru Mengelola SDM Pada Era Knowledge Economy*. Grasindo.
- Qur'an Kemenag*. (n.d.). Retrieved from Al-Qur'an Kemenag Republik Indonesia: <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/40?from=1&to=85>
- R, D. (2017). Diversifikasi Produk Digital Untuk Pengembangan Pasar Tabloid Nova. *Jurnal Widyakala*, 4 No. 1, 27-28.
- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Jurnal BUDIMAS*, 4 No. 1, 1-12.
- Rahmawati, D., Handayani, R. D., & Fauzzia, W. (2019). Pengembangan Pemasaran Produk Roti dan Pastry Dengan Bauran Pemasaran 4P di Sari Good Bakery. *Jurnal ABDIMAS BSI*, 233-243.
- Rinawati, W., & Ekawatiningsih, P. (n.d.). *Manajemen Pelayanan Makanan dan Minuman*. Yogyakarta: UNY Press.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV. Sah Media.

- Salsabiila, A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Pasar UMKM ke Kawasan Asia Tenggara dalam Menghadapi Kebijakan MEA (Studi Kawasan Sentra Industri Tempe dan Keripik Tempe Sanan Kota Malang). *Skripsi*.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2021). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sasongko, S. R. (2021, September). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *3(1)*, 107.
- Setiawan, I. (2017). Analisis Segmentasi, Penentuan Target, dan Posisi Pasar pada Holland Bakery Samarinda. *Jurnal Prosiding SNEB (Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis)*, 478.
- Shinta, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Situmorang, S. H. (2010). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: Medan USU Press. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ZjUWxHJWO4AC&oi=fnd&pg=PR3&dq=data+adalah&ots=8A_GMDy7Dw&sig=RajrOQcv9aXpp-HHzfQXf5UXTUQ&redir_esc=y#v=onepage&q=data%20adalah&f=false
- Sudaria, Putra, A. S., & Novembrianto, Y. (2021). Sistem Manajemen Pelayanan Pelanggan Menggunakan PHP Dan MySQL (Studi Kasus pada Toko Surya). *Jurnal TEKINFO*, *22(1)*, 103.
- Sudrajat, D., & Moha, M. I. (n.d.). Ragam Penelitian Kualitatif. 1.

Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tanama, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar.

Umar, A., Sasongko, A. H., Aguzman, G., & Sugiarto. (2016). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata. *Jurnal Ekonomi*, 129.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 44-48.

Widhi Wicaksono, W., Suyatin, & Wicaksono, N. (2023). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.