

## DAFTAR PUSTAKA

- Al - Farrizy, T. C. (2020). Analisis Kelayakan Aspek Pasar Dan Pemasaran Produk Sepatu Kulit Emuin Di Bandung (*Doctoral Dissertation*, Universitas Komputer Indonesia)
- Alexander, M. J., & Soegoto, A. S. (2022). Strategi *Segmenting Targeting Positioning* Terhadap Volume Penjualan Unit Mobil Mitsubishi Xpander Di PT. Bosowa Berlian Motor Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(1).
- Asean Investment Report Digiads*. (2023, Februari 15). Diakses Februari 18, 2023, Dari <https://Digiads.Id/>
- Badan Pengawas Makanan Dan Obat. (2013). *Produk Pangan Budaya Indonesia Dan Keamanan Pangan I*. Penerbit: Badan Pengawas Makanan Dan Obat.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi Dengan Menggunakan *Skewness* Dan Kurtosi. *Jurnal Varian*, 2(1), 31 - 36.
- Fathorrozi, F., & Muhith, A. (2021). Peran Kepala Sekolah Dalam Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Sekolah Dasar Di Jember Jawa Timur. *JIEMAN: Journal Of Islamic Educational Management*, 3(2).
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157 - 172.
- Hamzah, M., Syukur, M., Salam, M. N., & Junaidi, M. I. (2021). Dampak Pandemi Covid - 19 Terhadap Perekonomian Indonesia: Analisis Terhadap Sektor Domestik Dan Stabilitas Inflasi. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 2(3), 382 - 388.
- Hanif, L. (2022). *Salt Marketing Strategy Design Using The SWOT - STP Method*. *Urecol Journal. Part E: Engineering*, 2(2), 54 - 61.
- Harmaja, O.J., Purba, W., Siregar, M.P., Manurung, H.T., & Sirait, F.A. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rudang Hotel Berastagi Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). *Jurnal Tekinkom (Teknik Informasi Dan Komputer)*, 5(1), 147 - 152.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485 - 495.

- Istanti, E.I.E. (2019). Pengaruh Harga, Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Burger King Kawasan Surabaya Plaza Surabaya. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 7(1), 16 - 22.
- Khusuma, D.T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan *Venice Pure Aesthetic Clinic* Salatiga. *Among Makarti*, 13(2).
- Kristy, R.D., & Kusuma, W.A. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Dan Tingkat Kepentingan Penerapan Sistem Informasi Universitas Muhammadiyah Malang. *Teknika: Engineering And Sains Journal*, 2(1), 17 - 24.
- Manajemen UMA. (2021, September 29). Diakses April 4, 2023. Dari <https://manajemen.uma.ac.id/tag/menghitung/>
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, *Targeting, Positioning* (STP) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27 - 34.
- Mubarrok, M. (2023). TA: Pengembangan Bisnis untuk Meningkatkan Omzet Toko Semar Plastik Kertosono (*Doctoral Dissertation*, Universitas Dinamika).
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) Pada *Zakiyya House* Bojonegoro. *In Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 2).
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Noach Cafe And Bistro*. *Agora*, 7(2).
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Ed - 1 Pp 52 - 68. Yogyakarta: ANDI.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2 (1), 15–26.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rohidah, S., & Nurmaliza, N. (2019). Hubungan Tingkat Pengetahuan Remaja Putri Terhadap *Personal Hygiene* Saat Menstruasi Di SMA Negeri 3 Pekanbaru Tahun 2018. *Jomis (Journal Of Midwifery Science)*, 3(1), 32 - 35.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83 - 88.
- Sahir, S.H. (2021). *Metodologi Penelitian*.
- Salsabila, A.A., & Widaningsih, S. (2022). Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Dan *Marketing Mix* 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Dalam

- Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM Kelompok Tani Hutan Sumber Pada Produk Kripik Jamur Mallawa). *Eproceedings Of Applied Science*, 8(5).
- Sebayang, J., & Murniyanti, S. (2022). Penerapan Metode CSI Dalam Menentukan Kepuasan Pasien Suntik Vaksin. Vol, 1, 585 - 594.
- Setiawan, K., Ariwangsa, I. G. O., & Lasmi, N. W. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran STP Pada PT. GUESTPRO. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(4), 777 - 781.
- Shinta, A. (2014). Manajemen Pemasaran. Malang:UB Press
- Suksmawati, H., & Indriastuti, Y. (2019). Pengembangan Potensi Perempuan Desa Baturono, Kecamatan Sukodadi, Kabupaten Lamongan Dalam Peningkatan Dan Inovasi Perekonomian Desa. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 93 - 98.
- Sulistiawan, I., Santoso, H. B., & Komari, A. (2019). Perancangan Produk Kepotong Rambut Dengan Mempertimbangkan *Voice Of Customer* Menggunakan Metode *Quality Function Deployment*. *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 2(1), 46–54. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v2i1.386>
- Ul'fah Hernaeny, M.P. (2021). Populasi Dan Sampel. *Pengantar Statistika*, 1, 33.
- Wahyuni, N. P. S. (2020). Analisis Produk Layanan Rawat Inap Di RSUD Wangaya Denpasar Berdasarkan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Dan 4 P (*Product, Price, Place, Promotion*). *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 6(1).
- Widodo, S.M., & Sutopo, J. (2018). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada *E - Commerce Model Business To Customer*. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1).
- Wutabisu, H., Indriani, S., & Priyasmanu, T. (2021). Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Kopi Poso. *Jurnal Valtech*, 4(2), 217 - 225.
- Zainal, H., & Sri Kasnelly, D. (2021). Upaya Peningkatan Pendapatan Nasional Di Masa Pasca Pandemi. *Al - Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(II)