

DAFTAR PUSTAKA

- A. Z., M. A., Augusta, V. R., Hidayah, A. N., Irwansyah, Z. D., Pratiwi, S. E., Putra, P. P., et al. (2018). Analisa Segmenting, Targetting, Positioning, dan SWOT Sebagai Strategi Pemasaran Kopi Karlos (Studi pada Produsen Kopi Karlos Desa Donowarih Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang). *Jurnal Litbang Kebijakan*, Volume 12, Nomor 1.
- Amalia, A. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* , Volume 1, Nomor 3, Agustus 2016.
- Damayanti, S. I. (2014). PERKEMBANGAN DESAIN BUSANA MUSLIM DALAM TINJAUAN SOSIOLOGIS. *Jurnal Seni Kriya*, Vol. 3 no. 1.
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategi* . Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Management Strategic*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat: Buku 1, Edisi 12.
- Febrianto, A. (2014, Mei Jumat). *Penerapan Strategi STP (Segmenting, Targeting, and Positioning) untuk Mereduksi Bargaining Position of Supplier Petani bagi Pengembangan Tebu di Madura (Bagian I)*. Diambil kembali dari Blogspot: <http://ptpn10.co.id/blog/penerapan-strategi-stp-segmenting-targeting-and-positioning-untuk-mereduksi-bargaining-position-of-supplier-petani-bagi-pengembangan-tebu-di-madura-bagian-i>
- Husein, U. (2001). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia : Segmenting, Targetting, Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Damos sihombing. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Edisi 12. Jilid 1. Erlangga.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmetasi, Targeting, Positioning (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus*, Volume 2. e-ISSN : 2654-3168.
- Nordholt, Henk Schulte. 2005. *Outward Appreances; Trend, Identitas, dan Kepentingan*. Yogyakarta: LkiS.

- Nuary, N. S. (2016). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis SWOT pada PT. Super Sukses Motor Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol 2, No. 1. Hal 30- 42.
- NUGROHO, R. F. (2019). *USULAN STRATEGI PEMASARAN UKM SARUNG TENUN DI UD.RIDHO SALSA DENGAN METODE SWOT DAN STP (Segmentation, Targetting, Positioning)*. 19 maret 2019.
- Nugroho, R. F., Andesta, D., & Widyaningrum, D. (2019.). Usulan Strategi Pemasaran UKM Sarung Tangan Tenun Di UD.Ridho Salsa Dengan Metode SWOT dan STP (Segmentation, Targetting, Positioning).
- Putri, E. P., Djunaidi, M., & Al-Ghofari, A. K. (2015). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Bisnis Batik. *Jurnal Naskah Publikas Ilmiah*.
- Raihan, M., & Hidayat, W. (2018). Pengembangan Strategi Usaha Melalui Metode Competitive Positioning Analysis Pada CV. Dina Garmen Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Rangkuti, F. (2005). *Marketing Analysis Made Easy* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sebastian,Wiryono. 2009. Analisis Dan Usulan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Study Kasus:P.D Tjiasoeliang, Bandung).
- Uswara, A. (2013). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan pertama, edisi kedua, Amara Books.

<https://iprice.co.id/>