

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, R., Yudhistira, G., & Aziz, R. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Dan Pertumbuhan Pasar: Pemimpin, Pesaing, Pengikut, Nicher (Suatu *Literature Riview*). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 419.
- Akakip, E. F., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 491
- Aliyi, F. (2020). Pengaruh Pembuatan *Cookies* Dengan Substitusi Tepung Pisang Kepok Terhadap Daya Terima Organoleptik, Mutu Kimia (Kadar Air, Abu) Dan Umur Simpan. *Skripsi Politeknik Kesehatan Bengkulu*, 3.
- Ari, A. M., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi *Marketing Mix* Menggunakan Konsep 4p (*Price, Product, Place, Promotion*) Pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Hasil penelitian dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 82.
- Evasari, A. D., Subagyo, B., & Rahmawati, D. (2023). Keunggulan Bersaing Dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan San San *Bakery* Ngadiluwih. *Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 86.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi Wirausaha Sukses*. Jakarta : 2011.
- Hamdilah, K., Alatas, A., & Jarlis, R. (2023). Bauran Pemasaran 4P Sayuran Secara Hidroponik. *Jurnal Agriness*, 4.
- Handayani, F., Kadang, J., & Syarifuddin, I. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Pada Usaha Toreko. *Empricism Journal*, 211.
- Hasibuan, Z. A. (2022). Panduan Penyusunan Laporan Evaluasi Diri. 3.
- Hendrawan, H. (2021). Analisis SWOT dan STP (Segmentasi, Target, Posisi) Terhadap Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro-Bunda *Culinary*. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 130.
- Ibrahim, Y. (2017/2018). Aplikasi Pendataan Hasil Produksi *Packaging* Kertas *Big Sheet* Berbasis Android Pada Pt. Indah Kiat *Pulp & Paper*, Tbk Tangerang Mill. *Skripsi Sskolah Tinggi Manajemen dan Ilmu Komputer (STMIK RAHARJA)*, 21.
- Isnaini, W. (2019). Perencanaan Produksi. In W. Isnaini, *Perencanaan Produksi* (pp. 2-3). Jawa Timur: UNIPMA Press (anggota IKAPI).
- Jamira, A. (2017). Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Studi Kasus Keripik Kentang Leo. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 240.

- Kanzunfuadi, M. R. (2024). Prodi Akutansi, Fakultas Ekonomi, UPT Perpustakaan UNJ. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Debt to Wquity Ration*, dan *Asset Turnover* Terhadap Pertumbuhan Laba, 17.
- Khusnuliawati, H., & Putri, D. R. (2021). Identifikasi Segmen Pasar Mahasiswa Perguruan Tinggi Menggunakan Analisis Klaster Berdasarkan Variabel Psikografis. *Jurnal Sains, Teknologi, Sosial, Pendidikan, dan Bahasa*, 2.
- Larasati, A. (2023). Analisis Penyebab Ketidaktercapaian Target Produksi *Pastry* dan *Bakery* Di PT. Inti Prima Rasa, Jakarta Timur. *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 13.
- Lubis, D. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 186.
- Magenanda, R, C. (2022). Sosialisasi Perbaikan Label Kemasan Pangan Pada Home Industri di Kelurahan Wonotingal, Kota Semarang. *Journal Proceeding Biology Education Conference*, 155
- Mangu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan *Segmentasi, Targeting, Positioning* (STP) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkulu. *Jurnal Wicida Sebatik*, 30.
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko *Online Time Universe Studio*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 543.
- Maulana, M. Y., & et, a. (2024). *Jurnal Ilmiah Research Student. Menentukan BEP dan Harga Jual Unit Produk Pada Industri Percetakan dan Kemasan*, 744.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis *Segmentasi, Targeting, Positioning* (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 288.
- Murni, D. G. (2019). Analisis Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Perbandingan Antara Pasar Tradisional Peunayong Dengan Suzuya Mall). 16.
- Nugraha, R. N., & Ananda, A. T. (2023). Peluang Pasar Pada *Tourism Metaverse* Di Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 475.
- Nugroho, D. S., & et, al. (2018). Pengembangan Produk Tempat Sampah Penghancur Plastik Berbasis *Green Technolgy*. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains Dan Teknologi*, 168.
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan

Pasar (*Literature Riview Perilaku Konsumen*). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 506.

Qur'ani, B., T. R., & Widodo, S. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Kemasan Sekunder Terhadap Penjualan Produk *Bakery*. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)*, 54.

Rahmaris, L. D., & Ratnaningsih, N. (2019). Inovasi Produk *Soft Cookies* Bebas Gluten Dari Tepung Mocaf Dan Tepung Porangg Sebagai Alternatif *Cookies* Untuk Penderita Autis.

Rahmawati, N. A. (2022). Strategi Bisnis Rias Pengantin Berbasis Analisis SWOT. *Skripsi Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi (UNDARIS)*, 32.

Ricky, W., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan PT. Amrindo Mitra Sentosa Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 35.

Rosyad, B. (2020). Eksperimen Pengaruh Komposit Tepung Jagung Kuning (Zea Mays) Dan Terigu Terhadap Kualita Dan Kandungan Beta Caroten *Cookies*. *Skripsi Universitas Negeri Semarang*, 4.

Rudyana, K., & et, a. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Feb UNMUL*, 471.

Rusdian, S., & Hildayani, N. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 133.

Setiawan, R., & Yuana, P. (2022). Implementasi *Lean Startup* Pada Strategi Pengembangan Produk Startup Digital Berbasis Website Bidang *Education Technology*. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 52.

Sholihah, U. (2016). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang. *Skripsi IAIN Purwokerto*, 22-23.

Sofiah, M., Ramadhani, S., & Rahmani, N. A. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (*Product, Price, Promotion and Place*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 124.

Sumiyarti, & et, a. (2023). Pelatihan Pengelolaan Produksi Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Kelompok UMKM Seruni. *Jurnal Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat*, 84.

Tridyanthi, K. A., & et, a. (2023). Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Dalam Pemasaran Global. *Jurnal Manajemen*, 157.

Widyarini, M. A., & Basuki, V. K. (2023). Identifikasi Segmen, Target Dan Penentuan Posisi Pasar. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 17.

Wilman, M. A., Mahfuz, M. A., & et, a. (2020). Analisis Aspek Pemasaran *Segmentation, Targeting, Brand Positioning*, Dan Bauran Pemasaran Pada Cooes Indonesia. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 29.

