

## DAFTAR PUSTAKA

- Ari suryatna. (2022). Analisis Penerapan Segmenting, Targeting, Dan Positioning Pada Andre Resto and Café Pekanbaru. *Skripsi, Segmentasi Pasar*, 1–23.
- Azizah, Nikmatul hidayah nur, adhitya putra. (2016). *Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran*. Sekolah Tinggi Agama Islam Kudus.
- Damayanti, N. (2024). *Manajemen Bisnis Ritel* (M. Kurnia (ed.)).
- David w, cravens. (1997). *strategic marketing*. irwin.
- Emmy, L. (2019). *Pemasaran hasil Perikanan* (R. Dewi (ed.)). Global Science.
- Endah, lestari prapti. (2013). *makna diferensiasi bagi konsumen*. Universitas Negeri Semarang.
- Frans, Dahmiri, I. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pda Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi*.
- Graffin, R. (2004). *Manajemen edisi ketujuh* (W. Kristiaji (ed.)). Houghton Mifflin Company.
- Gunawan, W. pieter. (2017). *Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya PT.MURNI JAYA*.
- Harefa, J. C. M. (2020). *Usaha dendeng ikan tongkol*. Politeknik Ahli Usaha Perikanan Jakarta.
- Irfan, Z. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri*. Universitas islam negeri syarif hidayatullah jakarta.
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society*, 6(1), 15–30.  
<https://doi.org/10.20414/society.v6i1.1462>
- Kristiyanti, & Lisda Rahmasari, S. (2015). Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. *Juni*, 13(2), 186.
- Lusiana. (2012). *Usaha Penanaman Modal di Indonesia*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, D. (2021). *Analisis Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Pesaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Pada Kedai Kopi Di Kawasan Tembalang*.
- Nurnajamuddin, M. (2014). *Manajemen Produksi Moderen* (Y. Hayati (ed.)). Sinar Grafika Offset.
- Rachmawati, R. (2011). *Pernan Bauran Pemasaran (Marketing mix) terhadap*

*peningkatan penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran).*  
Universitas Negeri Semarang.

Rahmadana. (2021). Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran. *Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran*, 90500120045, 3–4.

Rahmawati, F. (2013). Pengemasan dan Pelabelan. *Biomaterials*, 29(34), 4471–4480.

Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101.

Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibu, N. M. an, Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222–235.

Rosyida, A., Heryani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). Strategy Segmenting, Targeting, dan Positioning: Study on PT Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(2), 99–124.

Surahman, A., Octaviansyah, A. F., & Darwis, D. (2020). Ekstraksi Data Produk E-Marketplace Sebagai Strategi Pengolahan Segmentasi Pasar Menggunakan Web Crawler. *Sistemasi*, 9(1), 73.

Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis Angelica Tamara. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 395–406.

Tjiptono, F ; Anastasia, D. 2018 : (2016). Landasan Teori اديج. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 13, 17–39.

Tjiptono. (2008). *Pemasaran*.

Widjaya. (2017). Analisis segmentasi,. *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning Dan Marketing*.

Widyatama, R. (2005). *Pengantar periklanan*. Jakarta Buana Pustaka Indonesia.