

## DAFTAR PUSTAKA

- Arisandy, Y. (2018). *Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah*. Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 4(1), 74–88.
- Astri, F. (2022). *Pengaruh Segmentai Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Sahabat Rpk Umi Di Terminal Pasar Bumi Harapan Tolitoli*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 10(1), 12–19.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bayhaqi H. & Aslami N. (2022). *Identifikasi Pasar, Segmen Dan Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi*. MAMEN: Jurnal Manajemen, 1(1), 111–118.  
<https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.48>
- Databoks.katadata.co.id. (2018), *Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. Diakses pada 23 September 2023.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Databoks.katadata.co.id. (2023). *Makanan dan Minuman Topang Sepertiga Industri Pengolahan Nasional pada 2022*. Diakses pada 23 September 2023.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/makanan-dan-minuman-topang-sepertiga-industri-pengolahan-nasional-pada-2022>
- Daud, Z.U. (2018). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 7(2), 174-184.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). *Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil*. Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 13(1), 47–58.
- Haerunnisa, F. N. (2022). *Analisis Segmentasi, Penentuan Target, Dan Posisi Pasar Pada Agroindustri Sendok-Garpu Biodegradable*. Jurnal Teknologi Industri Pertanian, 32(2), 166–173.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya*. Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis, 6(2), 16–25.
- Imam, Gunawan. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif “Teori dan Praktik”*. Jakarta: Bumi Aksara

- Laia, S. (2021). *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan di UD.LIS Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan*. PARETO: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 6(2), 36–46.
- Lestari, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban*. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 8(1), 203.
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). *Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion*. Jurnal Riset Bisnis dan Inovasi, 5(1), 48–60.
- Mauliansyah, R. (2018). *Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 6(2), 818–826.
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*. Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1(1), 1–13.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nuryadi. (2022). *Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Toko Jaya Di Pusat Grosir Pgs Surabaya*. Jimak, 1(1), 140-146.
- Purbohasuti, A. W. (2021). *Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret*. Jurnal Sains Manajemen, 7(1), 1–17.
- Purwanggono, C. J. (2021). *Konsep Dasar Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani
- Putri, I. P., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2021). *Analisis Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Era Pandemi*. Jiagabi, 10(2), 115–121.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Said, R. (2021). *Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Konsumen Membeli*. Jurnal Ilmiah Bongaya, 5(2), 31–39.
- 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 Samber Pada Produk Kripik Jamur Mallawa)*. E-Proceeding of Applied Science, 8(5), 571–575.

- Sani, S.A. & Aslami, N. (2022). *Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar*. MAMEN: Jurnal Manajemen, 1(1), 18–26.
- Sari, R.M., & Prihartono. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*. Jimea, 5(3), 106–113.
- Setiawan, I. (2018). *Analisis Segmentasi, Penentuan Target, dan Posisi Pasar pada Holland Bakery Samarinda*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis, 1, 477–482.
- Setyani, T.P.H., & Gunadi, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya, 1(1), 92–102.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhadi, Y., & Samsudin, A. (2023). *Optimalisasi Strategi Segmentation , Targeting dan Positioning Dalam Meningkatkan Penjualan*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. 5, 2826–2836.
- Sulistiyawati, E.S., & Widayani, A. (2020). *Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 4(1), 133-142.
- Suprpto, H. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan Di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan)*. Jurnal Manajemen, 4(3), 1049-1060.
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tumini, Hendra, J., & Ranjanis, S. (2021). *Pengaruh Strategi STP ( Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Sepeda Motor Matic di Kota Probolinggo)*. Ecobuss, 9(2), 87–94.
- Wardana, W. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., & Mashudi (2022). *Strategi Pemasaran: Strategi Membangun Bisnis dengan Berfokus pada Strategi Segmenting, Targeting,*

***Positioning (STP) serta Bauran Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).*** Magelang: Penerbit Pustaka Rumah Cinta

Zebua, D.P.F. (2022). ***Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli.*** 1299 Jurnal EMBA, 10(4), 1299–1307.