DAFTAR PUSTAKA

Ade Heryana, S. M., 2018. Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal : Universitas Esa Unggu;,* pp. 4-8.

Ariani, N. P. R. & Ilyas, Y., 2021. Analisa Produk Layanan IGD Dental di RSGM Yarsi Berdasarkan STP (Segmenting, Targeting, Positioning). *Jurnal Medika Hutama,* 3(1), pp. 1331-1336.

Elmira , S. R., Budi Dharmawan & Lutfi, Z., 2024. Analisis Strategi Pemasaran Kopi Robusta (Studi Kasus pada SIraja Coffee di Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis,* 8(2), pp. 510-519.

Handayani, F., Kadang, J. & Syarifuddin , I., 2023. Penerapan Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Usaha Toreko. *Jurnal Empiricism,* 4(1), pp. 208-212.

Haris Salsabila, R. S. & Dwiridhotjahtjono, J., 2023. Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode Business Model Canvas untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Allianz Life Indonesia Cabang Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah,* 5(3), pp. 960-977.

Laksono, F. D. & Nasikh, 2022. Strategi peningkatan UMKM kopi yang efektif di kota batu pada masa pandemi covid-19. *KINERJA : Jurnal Ekonomi dan Manajemen,* 19(2), pp. 445-466.

M.K, P. et al., 2019. Analisis Segmentasi Pasar dalam Penggunaan Produk Viefresh di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. *Jurnal Balance,* 17(2), pp. 156-162.

Manggu, B. & Beni, S., 2021. Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran sebagai solusi meningkatkan perkembangan UMKM Kota Bengkayang. *Jurnal SEBATIK,* 25(1), pp. 27-34.

Maulidiyah, M. R. & Susanti, E. D., 2024. Analisis Penerapan Segmenting, Targeting, dan Positioning dalam Kesuksesan Usaha pada Bisnis Franchise Pocong Pancong. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam,* 5(6), pp. 3251-3261.

Mujahidin, A. & Khoirianingrum, I., 2019. Analisis Segmentasi, Targeting, Positionind (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus,* Volume 2, pp. 284-294.

Novie, N. A., Ujang , S. & Megawati, S., 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen,* 14(2), pp. 189-202.

Pratiwi, H., 2020. Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Studi Empiris Pada Perusahaan Manufasktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. *Jurnal Program Studi Akuntasi STIE Mahardia Surabaya,* pp. 1-20.

Putra Mahendra, M. I., Lavianto, S. & Artana, I. M., 2022. Implementasi Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning) pada Usaha Kue Tradisional Djaje. *Jurnal TEKINKOM,* 5(1), pp. 78-84.

Putri, N. H., Sari, N. S. & Rahmah, N., 2022. Faktor-Faktor yang mempengaruhi proses riset konsumen : Target Pasar, Perilaku Pembelian dan Permintaan Pasar (Literature Revier Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Managemen Terapan,* 3(5), pp. 504-514.

Qommaruddin & Sa'diyah, H., 2024. Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif : Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration,* 1(2), pp. 77-84.

Rahman, A. V., 2023. Analisis Segmentasi Pasar dalam Pembelian Produk Minarako Padang untuk Menentukan Target Pasar. *Journal of Science Education and Management Business,* 2(3), pp. 178-184.

Rambe, D. N. S. & Nawawi, Z. M., 2022. Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Managemen,* 1(2), pp. 90-92.

Romodona, S., Junista , S. S. & Gunawan, A., 2024. Teknik Pengumpulan Data : Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik,* 3(1), pp. 39-47.

Sani, S. A. & Aslami, N., 2022. Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning) pada Produk Kecantikan House of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen,* 1(1), pp. 18-26.

Saparso, 2021. *Marketing Process "Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan".* Jakar4ta: Ukrida Press.

Serfasia, L. & Dakhi, Y., 2021. Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Volume Penjualan di UD.LIS Teluk dalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis,* 6(2), pp. 36-46.

Statistik Tanaman, S. D. P., 2023. *Statistik Kopi Indonesia.* Jawa Tengah: Badan Pusat Statistik.

Sudartono, T., 2019. Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. *Jurnal Ilmiah Manajemen,* 10(1), pp. 55-66.

Sudarwati, Y. & Izzaty, 2022. Manajemen Hubungan Pelanggan Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik,* 13(1), pp. 13-28.

Suyatno, A. et al., 2023. Penerapan Strategi Segmenting dan Targeting dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran : Literature Review. *Journal Of Economics, Business, and Accounting,* 6(2), pp. 1598-1609.

Syufrian, B., Ningsih, K. A., Flora, D. E. & Putri, A. R., 2022. Analisis Pengaruh Coffee Shop Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Structural Equation Model. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri,* 2022, 7(1), pp. 1-13.

Tafonao, L. & Tarigan, I. A., 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Berastagi Bintang Asia Medan. *Jurnal Global Manajemen,* 10(2), pp. 109-124.

Tridyanthi, K. A. et al., 2023. Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dalam Pemasaran Global. *Jurnal Manajemenn,* 2(1), pp. 151-158.

Trivaika, E. & Senubekti, M. A., 2022. Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Jurnal Nuansa Informatika,* 16(1), pp. 33-40.

Vivaldy, E., Ogi, I. W. & Linton, D. C., 2023. Strategi Pemasaan dalam Peningkatan Volume Penjualan Perumahan pada PT. Elfando Bersaudara Sentosa di Minahasa Utara. *Jurnal EMBA,* 11(1), pp. 866-872.

Waruwu, M., 2023. Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai,* 7(1), pp. 2896-2910.

Wulandari, d. Y., 2020. Analisis Segmentating, Targeting, dan Positioning pada Strategi Pemasaran Gerabah di Sentra Kerajinan Keramik Kelompok

Makmur Jaya Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Hinai Kab. Langkat. *Jurnal Manajemen Tools,* 12(1), pp. 38-49.