

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiana Shinta. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press {UB Press}.
- Anjelisa, dkk. 2018. Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting dan positioning (STP) Terhadap Keputusan Pembelian Produk BP-Smart Protection di AJB Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado. Jurnal EMBA, Vol.6 No.4.
- Asnawi, N, dkk. 2017. Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & Isu-isu Kontemporer. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Aderafika, S, & Nuri Aslami. 2022. Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar”, MAMEN (Jurnal Manajemen).
- Budiarto, T. 1993. Dasar Pemasaran. Jakarta: Gunadarma.
- Entrepreneur Journal. Implementasi Strategi Pemasaran STP pada Bisnis Online. Diakses melalui situs <https://www.jurnal.id/id/blog/apa-itu-stp-segmenting-targeting-positioning-contoh-stp-analisis-stp-adalah/> pada tanggal 12 Desember 2021.
- Halim, F dkk. 2021. Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan kita menulis.
- Herlina dkk. 2021. Pengaruh Model Promosi Flash Sale terhadap Minat Pembeli dan Keputusan Pembeli di Marketplace Online. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol.5 No.2.
- Jajang, D. 2015. Kewirausahaan dan Industri Kreatif. Bandung: Alfabeta.
- Karamoy, S, 2013. Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KKPRBNIGRIYA. Jurnal EMBA, Vol.1 No.3.
- Mujahidin, A & Ifa Khoirianingrum. 2019. Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. Prosiding Seminar Nasional Unimus, Vol.2.
- Manggu, B & Sabinus Beni. 2021. Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran sebagai Sokusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkayang. jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik, Vol.25 No.1.
- Mundir, 2013. Metode Kualitatif dan Kuantitatif. Jember: STAIN Press.
- Moonti, U, & Yowan Tamu (ed). 2015. Dasar-Dasar Pemasaran. Yogyakarta: Interpena.

- Nasrudin, A. 2022. Segmentasi Geografis: Konsep, Cara Kerja, Pro, Kontra. Diakses melalui situs: <https://cerdasco.com/segmentasi-geografis/> pada tanggal 25 Juni 2022.
- Nijman, H, & Van Der Wolk. 1983. Strategi Pemasaran Modern. Jakarta Pusat:Erlangga.
- Putri, B. 2017. Manajemen Pemasaran. Denpasar: Fakultas Peternakan Univeritas Udayana.
- Plus, M. 2020. The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation. Jakarta: ESENSI.
- Qiscus2, 2021. Terkini! Cara Menarik Pelanggan Baru dan Mempertahankan yang Lama. Diakses melalui situs: <https://www.qiscus.com/id/blog/cara-menarik-pelanggan/> pada 26 Juni 2022.
- Ravindra. 2017. Analisis Pengaruh Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. Jurnal Ekonomika dan Manajemen, Vol.6 No.1.
- Rukajat, A. Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research approach).
- Rasyida, A dkk. 2020. Strategy Sementing, Targeting, dan Positioning: Study On PT Sidomuncul”, Journal Of Islamic Scholar, Vol.1 No.2.
2019. Segmentasi Gender. Diakses melalui situs: <https://cerdasco.com/segmentasi-gender/> pada tanggal 25 Juni 2022.
- 2022 Segmentasi Demografis: Cara Kerja dan Variabel. Diakses.. Diakses melalui situs: <https://cerdasco.com/segmentasi-demografis/> pada tanggal 25 Juni 2022.
- Ridwan, D. 2021. Sejak Lama Tasikmalaya Jadi Pemasok Busana Muslim di Indonesia. Diakses melalui situs: <https://tasik.ayoindonesia.com/info-priangan/amp/pr-33854563/Sejak-Lama-Tasikmalaya-Jadi-Pemasok-Busana-Muslim-di-Indonesia> pada tanggal 19 Februari 2022.
- Rahmawati, & Triana Fitriastuti Kiswanto (ed). 2016. Manajemen Pemasaran. Samarinda: Mulawarman Univesity press.
- Sofyan, I. Manajemen Strategi Teknik Penyusunan serta Penerapannya untuk Pemerintah dan Usaha. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, B dan Irawan. 1999. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Samsu. 2017. Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Ressearch & Development). Jambi,: Pusaka Jambi.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tciptono, F. dkk. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tciptono, F. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV.Andi.
- uajy, E-Journal. Segmentasi pasar dan Bauran Pemasaran. Diakses melalui situs <http://e-journal.uajy.ac.id/3906/3/2EM17651.pdf> pada tanggal 12 April 2022.
- Usman, H, dkk. 2020. Islamic Marketing Sebuah Pengantar. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- University, P. 2021. Mengenal Apa Itu Target Pasar dan Penerapannya. Diakses melalui situs: <https://podomorouniversity.ac.id/apa-itu-target-pasar/#:~:text=Apa%20yang%20Dimaksud%20Target%20Pasar,potential%20consumer%20oleh%20sebuah%20perusahaan> pada tanggal 25 Juni 2022.
- Wangarry, C dkk. September 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT Hasjrat Abadi Ranotana. Jurnal Ekonomi, Vol.6 No.4.
- Wijaya, H, & Hani Sirine. September 2016. Strategi Segmenting, targeting, Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. AJIE-Asian Journal of Innovation and enterpreneurship, Vol.01 No.03.
- www.sukahijab.co.id. 2017. Tentang Kami. Diakses melalui situs: <https://www.sukahijab.co.id/about-us> pada tanggal 10 Desember 2021.