

DAFTAR PUSTAKA

- Albrecht, C., & Ratz, F. (2020). Target Market Selection: A Comprehensive Review. *Business Insights*, 12(4), 98-119.
- Amir,R.,&Surianto,I.(2022). Case Study: Marketing Strategies of PT Mitra Cerdas Nusantara. *Economic Studies Journal*, 27(1), 29-44.
- Chen,Y.,Wang,S.,&Zhao, L.(2020). The Relationship Between Market Segmentation and Consumer Interest. *International Marketing Journal*, 45(2), 88-101.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>, Februari 15, 2025.
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Bandung.
- Ependi, E., Mujanah, S. ., & Budiarti, E. . (2024). Design of determinants of online shopping intentions and behavior of students at private universities in East Jakarta 2024. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 3171–3192. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2679>
- Ependi, E. (2021). The Influence Of Islamic Perspective Leadership And Work Motivation On Employee Performance. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(6), 100-109.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*. Jakarta: Penerbit Qiara Media.
- Haq, M. T., Negoro, Y. P., dan Hidayat, H. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Csi Dan Stp Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Pada Umkm Babonsenyum. *JOPT*, 9(2), 204.
<https://doi.org/10.35308/jopt.v9i2.8520>, Februari 17, 2025.
- Hiola, R. (2022). Efek Interaksi Pemanfaatan Media Promosi Pada Strategi Digital Marketing dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(4), 285–295.
<https://doi.org/10.57178/paradoks.v5i4.512>, Februari 15, 2025.
- Johnson,M.,&Liu,H.(2022). Competitive Analysis in Marketing. *Journal of Strategic Marketing*,30 (1), 52-66.

- Kerin, R. A., & Peterson, R. A. (2013). *Strategic Marketing Problems: Cases and Comments*, 13th Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson.
- Bauman, Z., & May, T. (2019). *Thinking Sociologically*. Wiley.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). *MKTG (13th ed.)*. Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Manggu, B. dan Beni, S. 2021. Analisis penerapan segmentasi, targeting, positioning (stp) dan promosi pemasaran sebagai solusi meningkatkan perkembangan umkm kota bengkayang. *sebatik*, 25(1), 27-34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146> , Februari 17, 2025.
- Masyithoh, I. N. dan Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 7(1), 109-126. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>, Februari 14, 2025.
- McDonald, M., & Dunbar, I. (2010). *Market Segmentation: How to Do It and How to Profit from It*. Butterworth-Heinemann.
- Mujahidin, A., & Khoiriningrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Putra, F. D. dan Hajar, M. F. (2023). Segmenting, targeting, differentiation, dan positioning pada digital campaign instagram @sebarkebersihan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 311-320. <https://doi.org/10.54082/jupin.160>, Februari 14, 2025.
- Putri, R. M., Agustina, F. dan Khotimah, B. K. (2023). Penentuan segmentation, targeting, dan positioning pada wisatawan desa wisata lon malang madura menggunakan k-means clustering. *waluyo jatmiko proceeding*, 111-120. <https://doi.org/10.33005/wj.v16i1.49>, Februari 17, 2025.

- Sani, S. A. and 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. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>, Februari 17, 2025.
- Sarah,L.(2021).Understanding Consumer Interesting Product Marketing. Consumer Behavior Review, 18(2), 111-130.
- Schiffman,L.G.,& Wisenblit,J.(2015). Consumer Behavior.11th Edition. Pearson.
- Shinta, A. (2011). Manajemen pemasaran. Universitas Brawijaya Press.
- Sibuea, S., Widodo, Y. B., Setiadi, D., Febrianti, R., Sutabri, T., Saputro, M. I., ... & Gusvarizon, M. (2022). Pelatihan Pengembangan Kreativitas Membuat Peluang Usaha di Bidang Multimedia pada SMA Santika Jakarta Timur. Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin, 4(2), 190-197.
- Smith,J.,& Taylor,R. (2021). Market Segmentation Strategies. Journal of Marketing Theory,15(3), 245- 262.
- Solomon,M.R.(2018). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Pearson.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wanardi, & Triyono, A. (2019). Manajemen Pemasaran. CV Budi Utama.
- Yulita, H. and Subandi, Z. E. (2023). Pengaruh lokasi dan pemasaran digital terhadap minat beli kain tenun suku baduy. Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis), 7(2), 622-636. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1223>, Februari 13, 2025.