

DAFTAR PUSTAKA

- Aliami, S., Muslih, B., & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting , Targeting , dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(1), 67–78.
- Darsana I Made, R. S., Salijah Erni, Akbar Ahmad Yasir, Bahri Khoirun Nisa , Amir Nani Hamdani, H. J., & Nainggolan Hotden Leonardo , Anantadjaya Samuel PD, N. A. (2023). Strategi Pemasaran. In M. S. Dr. Miko Andi Wardana, S.T. (Ed.), *INFES MEDIA* (Vol. 1, Issue 0). INFES MEDIA.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsih, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hadi, S. (2016). PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA PENELITIAN KUALITATIF PADA SKRIPSI. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), 74–79.
- Hafdoh, K. B., Samari, & Sardanto, R. (2024). IMPLEMENTASI STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA INSTAGRAM DALAM. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3, 544–553.
- Hakimah, E. N. (2025). Competitive advantage of food truck enterprises in Kediri : A Phenomenological study. *Journal Of Management, Business, Social Science, and Humanities*, 1(1), 23–36.
- Hakimah, E. N., Aliami, S., & Muslih, B. (2022). The Netnographic Portrait: Competitive Advantages of Msme’S Retail Business Via “Wag” During Covid-19 Pandemic. *Proceeding 2nd International Conference on Business & Social Sciences*, 782–791. <https://ojsicobuss.stiesia.ac.id/index.php/icobuss1st/article/view/239>
- Hakimah, E. N., & Muslih, B. (2016). Penerapan Strategy 7T Bisnis Ritel Dalam

- E-Commerce (On-line Shop) Oleh Swalayan Golden Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 91–102.
- Hardianti, Y., & Martini, E. (2016). STRATEGY ANALYSIS 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION) and STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) OF PT. CIPTA MASTER PERKASA. *E-Proceeding of Manajement*, 3(2), 1149–1154.
- Kamayanti, A. (2016). *Kualitatif Akutansi Malang Yayasan Rumah Peneleh*. 153.
- Kotler. (2005). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. *Edisi Millenium, Jilid 1*, 1(2), 11–40.
- Lestari, A. D., & Sardanto, R. (2021). IMPLEMENTASI SWOT DAN BUSINESS MODEL CANVAS GUNA TERCIPTANYA. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akutansi*, 880–892.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2020). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif Wiyanda. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 826–833.
- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 2(1), 109–113.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81–95.
- Sardanto, R., Meilina, R., & Muslih, B. (2018). Implementasi Pelayanan Publik Berbasis Brand Harmoni Kediri The Service City. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 140–156.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>

- Sirine, Wijaya, H., & Hani. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>
- Tarmizi, A. (2018). Strategi pemasaran umkm : literature review. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Fakultas Ekonomi*, 3(2), 7502.
- Wendi, E. J., & Suasti, Y. (2018). Segmentasi Pasar Angkutan Bendi di Kota Solok. *Jurnal Buana*, 2(3), 806. <https://doi.org/10.24036/student.v2i3.137>
- Winarto, H. (2011). Strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomika*, 14(3), 124–128.

