

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. T. A. I. A.-T. (2020). *Strategi Segmentasi, Targeting Dan Positioning (STP) Lembaga Pendidikan Islam*.
- Aliami, S., Muslih, B., Zulistiani, & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting , Targeting , dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(1), 67–78.
- Anugrah, U. I. R. (2021). Analisis Promosi Penjualan Pada Perumahan Bersubsidi Di PT. Graha Nusantara Group Kabupaten Kampar. *Journal of Physical Therapy Science*.
- Budiono, U. I. N. R. I. L. (2022). Pengaruh Strategi Segmentation, Targeting, Positioning (STP) Dan Interaktif Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam. *7&A7*, 8.5.2017.
- Collins et al, I. A. I. N. K. (2021). *Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi pada Perumahan Ahsana Syafila Residence Kediri)*.
- Damawati, Windy, Fauji, D. A. S., & Purnomo, H. (2024). Identifikasi SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada Outlet Minuman Free Time Cabang Mojoroto. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3, 126–134. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4610>
- Darmawan, A. I., Sardanto, R., Kediri, K., Java, E., & Information, A. (2024). *Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol. 1 Year 2024 Analysis of Marketing Strategies in Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) in The Sales of Twelve SMPN 1 Pace Canteens. 1*, 401–409.
- Deviana, S. L., Subagyo, & Widodo, M. W. (2020). Strategi Pengelolaan Dana Prodama Kelurahan Ngronggo Kecamatan Kota Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri, September*, 67–68.
- Hanatita, U. I. I. (2021). Analisis Strategi Pemasaran PT.Paloma Citra International Pada Masa Pandemi Covid-10. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.

- Khiftiyah, F. A., Meilina, R., & Damayanti, S. (2025). Strategi Pemasaran Make Up Artist Nganjuk Dalam Persaingan Untuk Meningkatkan Minat Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 10, 81–88. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/9042>
- Khori et al, U. I. N. S. U. (2023). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dalam Pemasaran Global. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(1), 151–158. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1614>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In *Pearson Practice Hall* (Vol. 2, Issue 1). [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2354118%5C&val=22677%5C&title=The The influence of social media marketing on brand awareness and brand image moderating effect of religiosity](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2354118%5C&val=22677%5C&title=The%20influence%20of%20social%20media%20marketing%20on%20brand%20awareness%20and%20brand%20image%20moderating%20effect%20of%20religiosity)
- Malina, I. A. I. S. M. S. S. (2022). Strategi Pemasaran Produk Perumahan Ernasa Asri Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Lubuk Dagang Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas). *Sebi : Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 75–83. <https://doi.org/10.37567/sebi.v4i2.1560>
- Maulida, U. S.-L. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Sebagai Strategi Persaingan Bisnis : Studi Kasus Bisnis Kuliner Rumah Makan Khas Aceh “HASAN” Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (Jmas)*, 2, 188–202.
- Maulina, U. L. M. B. (2025). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Rumah Bersubsidi di Kota Banjarbaru*. 8(1), 6. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Mukti, U. P. T. (2021). *Pengaruh Persepsi Produk, Lokasi, Persepsi Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Sulthan Property Brebes Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Mediasi*. 167–186.
- Permana, U. I. I. Y. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan KPR Di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Cilegon. 2(4), 31–41.
- Pertiwi, U. I. N. S. S. K. P. (2020). *Implementasi Marketing Public Relations Dalam Program KPR Bersubsidi Untuk Membangun Brand Image Di Bank Tabungan*

Negara Kantor Cabang Pembantu Panam Pekan Baru.

- Pulungan, U. S. (2022). *Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Pada 90° Coffe Di Pematang Siantar Perspektif Ekonomi Islam*. 103–116.
- Resti Ayu, I. A. I. N. P. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo. *SSRN Electronic Journal*, 1(1), 1689–1699. http://www.soas.ac.uk/cedep-demos/000_P506_RM_3736-Demo/module/pdfs/p506_unit_01.pdf%0Ahttps://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ah
- Sagala, M. A. H. (2020). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada Perumahan Graha Nuansa Damai Tahap III (Studi Kasus : PT. Sarana Perumahan Mandiri)*. 34.
- Shellya, C. I. S., Prasojo, A., & Raharjo, I. B. (2023). Implementasi strategi pemasaran dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen pada luna piena wedding organizer 1),2),3). *Jurnal SIMANIS*, 2, 456–464. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3213%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/3213/504>
- Siregar, U. B. (2021). Model Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Dari Perspektif Fasilitas, Citra Perusahaan Dan Harga (Survey Pada Perumahan Panorama Sakuran Asri Kota Jambi). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 212–224. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i2.778>
- Sudirman et al, U. M. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah KPR Bersubsidi Pada PT. Dyas Property Di Kota Mataram. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 11(1), 41–47. <https://doi.org/10.29303/jseh.v11i1.691>
- Sudiro, S. T. I. E. P. T. (2020). *Bauran Pemasaran Rumah Bersubsidi Oleh Pt N-Land Properti Bauran Pemasaran Rumah Bersubsidi Oleh Pt N-Land Properti*.
- Sugiyono, I. A. I. A. M. C. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Perguruan

Tinggi Keagamaan Islam. *The Journal of Islamic Studies*.

- Sukartono, U. P. B. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Berbasis Pasar dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Bank Sampah. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(12), 2350–2369. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i12.792>
- Syafii, U. W. H. (2022). Penerapan Digital Marketing dengan Analisis STP. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(1), 66–71.
- Tama, U. I. I. (2024). *Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Produk KPR Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Semarang*. 21311004.