

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, S., Daryono, & Anwar, S. (2021). Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Kotor Melalui Penjualan. *Jurnal Investasi*, 7(4), 33–49. <https://doi.org/10.31943/investasi.v7i4.152>
- Arikunto. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arwan, B., 1, Herlambang, T., 2, & Haris Hermawan. (2022). Analisis STP (Segmenting Targeting Positioning) Terhadap Volume Penjualan Pupuk Pada Ud. Kamal Lestari Arjasa Jembe. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*.
- Assauri, S. (2019). Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi. In *PT Raja Grafindo Persada*.
- Basri, B., Burhanuddin, Muh. Ichwan Musa, Romansyah Sahabuddin, & Zainal Ruma. (2023). Pengaruh Segmentasi Targeting Dan Positioning Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Merek Pajero Sport Di PT. Bosowa Berlian Motor Kota Makassar. *Manajemen Dewantara*, 7(2), 1–11. <https://doi.org/10.26460/md.v7i2.14509>
- Gea, S. (2022). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 48–54. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS IBM 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartini, Acai, & Aditya. (2022). Manajemen Pemasaran. In R. Rerung (Ed.), *Media Sains Indonesia*.
- Hidayah, N., & Sulaiman, R. T. (2023). Pengaruh Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) yang Diintervening Promosi Pemasaran Terhadap Penjualan Di Umkm Rocket Cafe. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.31958/mabis.v3i1.9089>
- Hulu, Y. W. (2023). Analisis Promosi Hubungannya Dalam Peningkatan Penjualan Pada Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Analysis of the Relationship Promotion in Increasing Sales At Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*, 11(3), 807–819.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Repository.Unitomo.Ac.Id*.
- Kotler & Keller. (2020). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks. Jakarta*. PT. Indeks.
- Kotler Amstrong, P. G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2019). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Erlangga.

- Laia, S., Dakhi, Y., & Dakhi, P. (2021). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan di UD.LIS Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. *PARETO: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 36–46.
- Mesran, & Darma, N. S. (2019). Merancang Aplikasi Penjualan dengan Visual Basic. In *Buku*.
- Milanda Nisful Laili, Wahyu Santoso, & Sri Widayanti. (2021). A Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Sawi Pakcoy Organik Brenjonk. *Jurnal Agribisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v10i2.1537>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd (ed.)). Alfabeta.
- Swastha. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Andi.
- Widoyoko, E. P. (2017). Teknik penyusunan instrumen penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Yoesoep, R. E. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*.