

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2009.
- Anaseputri, Jamira. "Strategi *Segmentasi, Targeting, dan Positioning* Studi Kasus Keripik Kentang Telo." *Jurnal Ilmiah Batanghari* 17, no. 3 (2017): 237.
- Arifah dan Nur Fatimah. "Analisis Penerapan Sosial Media Sebagai Strategi *Marketing* Dalam Bisnis Online." *Jurnal Transformasi* 11, no. 2 (2015): 143.
- Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Darmayanti, Ade Ismi dkk. "Strategi Pemasaran Kerajinan Buah Kering Untuk Meningkatkan Nilai Ekspor Pada UD. Indo Nature Lombok-NTB." *Jurnal Keuangan & Bisnis* 11, no. 1 (2014): 6.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Mizan Publis House, 2010.
- Ebriyantoro, Mohamad Trio F dan Debby Arisandi. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *Jurnal Manajemen Dewantara* 1, no 2 (2018).
- Ermayda, Ria Zulkha. "Digital Marketing Sebagai Pemasaran Produk Pkk." *Jurnal Pengabdian Untuk Mu Negeri* 3, no. 2 (2019): 81.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Bumi Aksara, 2015.
- Hamzah, Djabir. "Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal." *Jurnal Komunikasi Kareba* 2, no.1 (2013): 35.
- Hanafrian, Ruri Hafizh. "Tinjauan Strategi *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) Pada PT. Soka Cipta

- Niaga.” *e-Proceeding of Applied Science* 3, no. 2 (2017): 340.
- Handoko, T. Hani. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, 2003.
- Hardani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Holomuan, Yosua dkk. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan *Ekspor* Studi Kasus Perusahaan PT. Kaltim Prima Coal.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 42, no. 1 (2017), 3.
- Ichwanda, Fitriyah Inayah dkk. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan *Ekspor* (Studi Pada PT Petrokimia Gresik.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 24, no. 1 (2017): 2.
- Kembuan, Precylia Cyndi dkk. “Analisis *Segmentasi, Targeting, dan Positioning* Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance TBK Cabang Manado.” *Jurnal EMBA* 2, no. 3 (2014): 856.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an Terjemah & Tajwid Warna*. Semarang: Karya Toha Putra.
- Kotler, Philip dkk. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Jakarta: Indeks, 2004.
- Kotler, Philip *Manajemen Pemasaran Edisi Keenam Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian*. Jakarta: Erlangga, 1996.
- Kotler, Philip *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II, Edisi kesebelas*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2006.
- Mudjiarto dan Maulina Rika Afrianti. “Efektivitas *Online Promotion Mix* Melalui Media Sosial *Facebook* Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan UMKM di Wilayah Kebayoran Lama.” *Jurnal Manajemen* 16, no. 1 (2020): 30.
- Pradiani, Theresia. “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan.” *Jurnal Jibeka STIE ASIA Malang* 11, no. 2 (2017): 46.
- Purwana ES, Dedi, dkk. “Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* 1, no. 1 (2017): 2.

- Puspitasari, Ni Putu Diah dkk. "Penerapan Teknologi *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul." *JSAI* 2 no.2 (2019): 166.
- Rachmawati, Fitri. "*Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (Ukm) Pahlawan Ekonomi Surabaya*" Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Riadi, Muchlisin. "*Pengertian, Bentuk, Strategi, dan Langkah-langkah Positioning.*" *Kajianpustaka.com*, 28 November 2019, diakses pada 08 Januari 2021, <https://www.kajianpustaka.com/2019/11/pengertian-bentuk-strategi-dan-langkah-positioning>.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan, *Creative digital marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo 2009.
- Santoso, Rudi dkk, "Pemanfaatan *Digital Marketing* Untuk Pengembangan Bisnis Pada Karang Taruna Permata Alam Permai Gedangan Sidoarjo." *Jurnal Layanan Masyarakat* 4, no. 2 (2020).
- Selang, Christian A.D. "Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado." *Jurnal EMBA, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajeme* 1, no.3 (2013):73.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Ketiga*. Bandung : Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sulaksono, Juli dan Nizar Zakaria. "Peranan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri." *Generation Journal* 4, no.1 (2020): 43.
- Supriatna, Soni. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak Studi Kasus UMKM Careuh Coffe Rancabali-Ciwidey Bandung." *Jurnal Keuangan & Bisnis* 2, no. 1 (2010): 233.
- Sutejo, Bertha Silvia. "*Internet Marketing: Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran.*" *Jurnal Manajemen Universitas Surabaya* 6, no.1 (2006): 45.
- Tania, Debby dan Diah Dharmawati. "*Market Segmentation, Targeting, dan Brand Positioning Dari Winston Premier*

- Surabaya” *Jurnal Manajemen pemasaran* 2, no. 1 (2017): 1-7.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Widokarti, Joko Rizkie dan Donni Juni Priansa. *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Pustaka Setia, 2019.
- Wijaya, Hadi dan Hani Sirine. “Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap.” *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 1, no. 03 (2016): 179.
- Wirartha, I Made. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Yuliana, Rahmi. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa *Segmentasi, Targeting, Positioning* Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang.” *Jurnal STIE Semarang* 5, no. 2 (2013): 83.
- Zainal, Veitzal Rivai dkk. *Islamic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017).