

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ismi Darmayanti, dkk, “Strategi Pemasaran Kerajinan Buah Kering Untuk Meningkatkan Nilai Ekspor Pada UD. Indo Nature Lombok-NTB”, *Jurnal Keuangan & Bisnis* 11, no. 1 (2014): 6.
- Aditya Wardhana, “*Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan bersaing UKM di Indonesia*”, forum keuangan dan bisnis IV, Tahun 2015, hal.327
- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 129.
- Alfa Sumeke, S.L.H.V.Joyce Lopian, Sjendry S.R.Loindong, “Analisis Segmentasi Demografi dan Psikografi Pada Toko RAPS ID”, *Jurnal EMBA*, Vol.10 No.1, Januari 2022, hlm.205
- Anaseoutri Jamira, “*Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning Studi Kasus Kripik Kentang Leo*”, hlm.237
- Anaseputri Jamira, “*Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning Studi Kasus Kripik Kentang Leo*”, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol.17 No.3, 2017, hlm.237
- Arifah dan Nur Fatimah, “Analisis Penerapan Sosial Media Sebagai Strategi *Marketing* Dalam Bisnis Online,” *Jurnal Transformasi* 11, no. 2 (2015): 143.
- Bertha Silvia Sutejo, “*Internet Marketing: Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran,*” *Jurnal Manajemen Universitas Surabaya* 6, no.1 (2006):45.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Edisi Pertama* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 129.
- Christian A.D Selang, “Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.” *Jurnal EMBA, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen 1, no.3 (2013):72*
- Christian A.D Selang, “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.*
- Christian A.D Selang, “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.*
- Debby Tania dan Diah Dharmawati, “*Market Segmentation, Targeting, dan Brand Positioning Dari Winston Premier Surabaya*” *Jurnal Manajemen pemasaran* 2, no. 1 (2017): 1-7.

- Debby Tania dan Diah Dharmawati, “*Market Segmentation, Targeting, dan Brand Positioning Dari Winston Premier Surabaya*” *Jurnal Manajemen pemasaran*2, no. 1 (2017): 1-7.
- Dedi Purwana ES, dkk, “Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit,” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* 1. No.1 (2017):2.
- Dedi Purwana ES, dkk, “Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit,” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* 1, no.1 (2017):2
- Dedi Purwana ES, dkk, “Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit,” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*1, no. 1 (2017): 2.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Bandung: Mizan Publis House, 2010), 46.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, 47-48
- Dewi Untari, Dewi Endah Fajariana, *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram* (politeknik kridatama 2018),272.
- Djabir Hamzah, “Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal”, *Jurnal Komunikasi Kareba* 2, no.1 (2013): 35.
- Djabir Hamzah, “Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal”, *Jurnal Komunikasi Kareba* 2, no.1 (2013): 35.
- Djabir Hamzah, “Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal”, *Jurnal Komunikasi Kareba* 2, no.1 (2013): 36.
- Djabir Hamzah, “Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal”, *Jurnal Komunikasi Kareba* 2, no.1 (2013): 36.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 69.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 74.
- Fitri Rachmawati, “*Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (Ukm) Pahlawan Ekonomi Surabaya*” (Surabaya:UIN Sunan Ampel Surabaya,2018).
- Fitri Rachmawati, “*Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan*

- Menengah (Ukm) Pahlawan Ekonomi Surabaya*” (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).
- Fitriyah Inayah Ichwanda, dkk, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor (Studi Pada PT Petrokimia Gresik” *Jurnal Administrasi Bisnis* 24, no. 1 (2017): 2
- Hadi Wijaya 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.
- Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 121.
- I Made Wirartha, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 155.
- Jamira Anaseputri, “Strategi *Segmentasi, Targeting, dan Positioning* Studi Kasus Keripik Kentang Telo” *Jurnal Ilmiah Batanghari* 17, no. 3 (2017): 237.
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer* (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 296.
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, 297.
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, 298.
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, 298.
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, 299.
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, 298.
- Juli Sulaksono dan Nizar Zakaria, “Penerapan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri,” *Generation journal* 4, no.1 (2020):43.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an Terjemah & Tajwid Warna* (Semarang: Karya Toha Putra), 83.
- Mohamad Trio Febriyantoro dan Debby Arisandi, “Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean,” *Jurnal Manajemen Dewantara* 1, no 2 (2018).
- Muchlisin Riadi, “*Pengertian, Bentuk, Strategi, dan Langkah-langkah Positioning*,” *Kajianpustaka.com*, 28 November 2019, diakses pada

- 2021,<https://www.kajianpustaka.com/2019/11/pengertian-bentuk-strategi-dan-langkah-positioning>.
- Muchlisin Riadi, “*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>
- Muchlisin Riadi, “*Pengertian, Bentuk, Strategi, dan Langkah-langkah Positioning*,” *Kajianpustaka.com*, 28 November 2019, diakses pada 08 Januari 2021,
- Muchlisin Riadi, “*Pengertian, Bentuk, Strategi, dan Langkah-langkah Positioning*,” *Kajianpustaka.com*, 28 November 2019, diakses pada 08 Januari 2021,
- Muchlisin Riadi, “*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>.
- Muchlisin Riadi, “*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>.
- Muchlisin Riadi, “*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>.
- Muchlisin Riadi, “*Pengertian bnetuk, strategi, dan langkah-langkah positioning*,” *kajianpustaka.com/2019/pengertian-bentuk-strategi-dan-langkah-langkah-positioning*.
- 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
- N Januatin Rahmatullah dkk.(2020).”*Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*”,2(2),1-2
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 337.
- Nanang Khoirul A, “*Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung*”, hlm.82

- Nanang Khoirul Ahmadi dan Herlina, “*Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung*” *Jurnal Manajemen Magister*, Vol.03 No.01, Januari 2017, hlm. 81
- Ni Ketut Yulia Agustini, “*Segmentasi Pasar, Penentuan Target dan Penentuan Posisi*”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol.1 No.2, Agustus 2003, Hal.91-92
- Ni Putu Diah Puspitasari, dkk, “Penerapan teknologi digital Marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran snack tiqul”, *JSAI 2 no.2* (2019): 166
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaraan Edisi Keenam Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian* (Jakarta: Erlangga, 1996), 408
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II, Edisi kesebelas* (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2006), 63.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II, Edisi kesebelas*, 63.
- Precylia Cyndi Kembuan, dkk, “*Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance TBK Cabang Manado*” *Jurnal EMBA2*, no. 3 (2014): 856.
- Precylia Cyndi Kembuan, dkk, “*Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance TBK Cabang Manado*” *Jurnal EMBA2*, no. 3 (2014): 856.
- Precylia Cyndi Kembuan, Lisbeth Mananeke, Agus Supandi Soegoto, “*Analisis Segmenting, Targeting dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance TBK Cabang Manado*”, *Jurnal EMBA*, Vo.2, September 2014, hlm.855
- Rahmi Yuliana, “*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.
- Rahmi Yuliana, “*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
- Ria Zulkha Ermayda, “*Digital Marketing Sebagai Pemasaran Produk Pkk*,” *Jurnal Pengabdian Untuk Mu Negeri* 3, no. 2 (2019): 81.
- Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, *Creative digital marketing* (Jakarta: Elex Media Komputindo 2009), 47-48.
- Rudi Santoso, dkk, “*Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Pada Karang Taruna Permata Alam Permai*

- Gedangan Sidoarjo,” *Jurnal Layanan Masyarakat* 4, no. 2 (2020).
- Ruri Hafizh Hanafrian, “Tinjauan Strategi *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) Pada PT. Soka Cipta Niaga,” *e-Proceeding of Applied Science* 3, no. 2 (2017):340.
- Ruri Hafizh Hanafrian, “Tinjauan Strategi *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) Pada PT. Soka Cipta Niaga,” *e-Proceeding of Applied Science* 3, no. 2 (2017):340.
- Ruri Hafizh Hanafrian, “Tinjauan Strategi *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) Pada PT. Soka Cipta Niaga”, *e-Proceeding of Applied Science* (Vol. 3, No. 2, Agustus 2017): 340
- Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 6.
- Shobirin, “*Jual Beli Dalam Pandangan Islam*”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.3 No.2, Desember 2015, hal.240
- Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 156.
- Soni Supriatna, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak Studi Kasus UMKM Careuh Coffe Rancabali-Ciwidey Bandung” *Jurnal Keuangan & Bisnis* 2, no. 1 (2010): 233.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta,2014),2-3
- Sugiyono,*Metode Penelitian Bisnis* (Bandung:Alfabeta,20212),389).
- Theresia Pradiani, “*Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*,” *Jurnal Jibeka STIE ASIA Malang* 11, no.2 (2017): 46
- Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islmaic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017),39.
- Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islmaic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017),41.
- Yosua Holomuan, dkk, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan *Ekspor*Studi Kasus Perusahaan PT. Kaltim Prima Coal,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 42, no. 1 (2017): 3.
- Yosua Holomuan, dkk, “*Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor*Studi Kasus Perusahaan PT. Kaltim Prima Coal,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 42, no. 1 (2017): 3.
- Yosua Holomuan, dkk, “*Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor*Studi Kasus Perusahaan PT. Kaltim Prima Coal,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 42, no. 1 (2017): 3.

- Data Dokumentasi Luna Hijab, 01 Januari, 2022.
- Data Dokumentasi oleh penulis, 01 Januari, 2022
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Devi, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 5, transkrip.
- Hani Handoko, Manajemen, (Yogyakarta:BPFE,2003),168
- Luna Hijab, observasi oleh penluis, 01 Januari, 2021
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.
- Musdalifah, wawancara oleh penulis, 01 Januari, 2022, wawancara 4, transkrip.