

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, O., Sofyan, Y., & Tanjung, R. (2020). *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Hasbi, M. L. & Muis, I. (2020). *Segmentasi, Targeting, dan Positioning Produk Neo Coffee dari Wings Food untuk Pasar Kota Bekasi*. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*. 5(1): 63-72.
- Kendri & Saputra, A. (2018). *Pengaruh Strategi Promosi dan Loyalitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI*. 30(1): 43-58.
- Mujahidin, A. & Khoirianingrum, I. (2019). *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro*. *Prosiding Seminar Nasional Uminus*. 2: 284-294.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Ong, Ian A. & Sugiharto, Sugiono. (2013). *Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(2): 1-11.
- Permata, N. A., Kusomo, D. S., & Lukmana, I. (2021). *Pengaruh Penggabungan Metode Design Thinking dengan Lean Startup dalam Membangun Website “Kerjayuk” Platform Pencarian Pekerjaan untuk Mahasiswa Universitas Telkom*. *eProceedings of Engineering*. 8(5): 10970- 10979.
- Putranto, A. (2020). *Pengembangan Antarmuka Marketplace untuk Peternakan Menggunakan User Centered Design untuk Meningkatkan Usability*. S1 thesis, UAJY.
- Warnaningtyas, H. (2020). *Desain Bisnis Model Canvas (BMC) pada Usaha Batik Kota Madiun*. *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ekonomi Kreatif dan Bisnis*. 9(2): 52-65.

Widodo, S. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)*. JURNAL: Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik. 4(1): 84-90.