

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H. N. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia
- Abhirama, M. A. (2022). *Strategi Pemasaran Kopi Sapuaring Merapi Menggunakan Analisis STP, Marketing Mix, dan SOAR*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Ahmadi dan Herlina. (2017). Analisis Sementasi Pasar Terhadap Keputusan Membeli Produk Eiger di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Vol. 03. No.01*.
- Ali, Hasan. (2008). *Marketing*. Media Utama: Yogyakarta.
- Anggraeni, A., & Zuhri, U. P. K. S. (2021). *Analisis Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Pada Café Berkonsep One Stop Service (Studi Kasus Pada Sena Cafe Kroya)*. Purwokerto (ID): UIN PROF. KH SAIFUDDIN ZUHRI.
- Arifin. (2021, April 12). *Dukung Pemberdayaan UMKM, Pemkot Cimahi Gelar FGD Pemulihan Ekonomi Daerah*. Cimahi Kota. Diambil dari <https://cimahikota.go.id/berita/detail/81365-dukung-pemberdayaan-umkm,-pemekot-cimahi-gelar-fgd-pemulihan-ekonomi-daerah>
- Ariq, F., Muna, N., & Syumantra, R. F. (2022). *Analysis Segmenting, Targeting, and Positioning To Formulate Global Marketing Strategy For Asahan's Opak Crackers*. *Journal of Social Research*, 1(2), 91-100.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Grafindo.
- Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Grafindo.
- Assauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali Press.
- Baskoro, F M. (2020, November 14). *UMKM Sektor Kuliner, Jasa, dan Konveksi Paling Terdampak Pandemi*. Berita Satu. Diambil dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/698453/umkm-sektor-kuliner-jasa-dan-konveksi-paling-terdampak-pandemi>
- Bukhari, Alma. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Cahyono, B. (2020, Juni 16). *Pandemi Covid-19 Penjualan UMKM Cimahi Tersungkur Turun 90,9 %*. Ayo Jakarta.com. Diambil dari

<https://www.ayojakarta.com/bisnis/pr-76752403/Pandemi-Covid19-Penjualan-UMKM-Cimahi-Tersungkur-Turun-909->

Chowdhury, P. P. (2013). Key Strategies and Issues of Positioning : A Review of Past Studies. *American Academic & Research Journal Vol. 5, No.1.*

Cimahi Techno Park. (2019, Februari 28). *Pengembangan Ekonomi Lokal Kota Cimahi Melalui Sektor Industri Makanan dan Minuman.* Diambil dari <https://www.cimahitechnopark.id/pengembangan-ekonomi-lokal-kota-cimahi-melalui-sektor-industri-makanan-dan-minuman.html>

Elmi, J. (2021). *Analisi Strategi Pemasaran Terasi Bawang (Siwang) (Studi Kasus: UMKM Siwang Nounna Saritie di Desa Sleman Lor, Kecamatan Sliyeg, Kabupaten Indramayu).*

Fandy, Tjiptono & Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik.* Penerbit Andi, Yogyakarta.

Febriani, R N. (2023, Februari 24). *Beradaptasi dengan Transformasi Digital Jadi Kunci UMKM Bangkit.* Koran Pikiran Rakyat. Diambil dari <https://koran.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-3036318984/beradaptasi-dengan-transformasi-digital-jadi-kunci-umkm-bangkit>

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep.* Penerbit Qiara Media.

Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: a theoretical review. *Journal of International Social Research, 10(51).*

Hamali, Arif Yusuf. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan.* Jakarta: Prenada media Group

Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro Bunda Culinary. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen), 7(2), 127-138.*

Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Jayani, D H. (2020, Juni 10). *Penurunan Penjualan Sektor UMKM Akibat Covid-19.* databoks. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbis-pandemi-covid-19>

Karamoy, S. W. (2013). *Segmenting, Targeting, Dan Positioning Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KPR BNI Griya.* Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Pascasarjana, Magister

Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 562-571 ISSN 2303-1174.*

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah.* (2022, Oktober 1). Diakses pada April 26, 2023. Diambil dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>

Kotler, & K. (2016). *Manajemen Pemasaran.* Surabaya: Erlangga.

Kotler, Philip Dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Erlangga: Jakarta.

Kris Dipayanti, B. A. (2021). *E-Commerce Pada Masa Pandemi Covid-19 Berpengaruh Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Restoran Gokana Cabang.* Volume 4 • Nomor 3 • Oktober 2021, 4, 394-412.

Mahdi, M I. (2022, Januari 19). *Berapa Jumlah UMKM di Indonesia?.* DataIndonesia.id. Diambil dari <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>.

Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran.* Bandung: CV Alfabeta.

Mangu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkulu. *Sebatik, 25(1), 27-34.*

Maulida, N., Junaidi., Periyadi. (2021). Pengaruh Penerapan E-commerce Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Tengah Masa Pandemi Covid 19. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14(1), 28-47.*

Maulida, Z., & Indah, D. R. (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, 2(3), 188-202.*

Mawadah, Z. (2021, Agustus 13). *Meningkatnya Penjualan UMKM Dengan Mengimplementasikan Marketing Mix dan STP.* Diambil dari <https://www.kompasiana.com/zahrotul80008/6116872606310e240a2b0902/meningkatnya-penjualan-umkm-dengan-mengimplementasikan-marketing-mix-dan-stp>

- Monigir, R., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. (2016). Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Multi Mart Ranotana Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(4).
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Musa, M. (2019). Analysis of segmentation, targeting, and positioning in the hospitality sector: The case of Paputo Beach Café. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-20.
- Peduli Rakyat. (2021, Mei 28). *Akibat Covid-19, Banyak UMKM di Cimahi Gulung Tikar*. Diambil dari <https://peraknew.com/akibat-covid-19-banyak-umkm-di-cimahi-gulung-tikar/>
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2009). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall.
- Pinontoan, R. F., Pangemanan, S. S., & Runtu, T. (2020). *Penerapan informasi akuntansi diferensial dalam pengambilan keputusan manajemen pada UMKM Gilingan Padi Mekar Sari Desa Kosio Kecamatan Dumoga Tengah*. Indonesia Accounting Journal. <https://doi.org/10.32400/iaj.27488>
- Poluan, F. M., Mandey, S., & Ogi, I. W. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Priansa, Donni J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Prof. Marios D. Sotiriadis and Prof Stelios Varvaressos (2015). A Strategic Analysis of the Greek Leisure Tourism : Competitive Position, Issues and Challenges. *Mediterranean Journal of Social Sciences Vol 6 No 1 S1*. MCSER Publishing, Rome-Italy.
- Purwaningsih, Huda, dkk. (2018). *UMKM Aspek Hukum dan Manajemen Pemasaran Produk*. Malang: Empat Dua Kelompok Intrans Publishing.
- Rahadyan, A. (2022, Desember 15). *Kuliner Lokal Dapat Jadi Penggerak Sektor Pariwisata Cimahi*. Cimahi Kota. Diambil dari <https://cimahikota.go.id/berita/detail/81978-kuliner-lokal-dapat-jadi-penggerak-sektor-pariwisata-cimahi>

- Rahadhyan, A. (2022, Desember 19). *Inilah Empat Kuliner Khas Kota Cimahi Yang Wajib Dicoba*. Cimahi Kota. Diambil dari <https://cimahikota.go.id/artikel/detail/1304-inilah-empat-kuliner-khas-kota-cimahi-yang-wajib-dicoba>
- Rahadhyan, A. (2022, Desember 21). *Beberapa Fakta dan Data Geografis Menarik Kota Cimahi*. Cimahi Kota. Diambil dari <https://cimahikota.go.id/artikel/detail/1307-beberapa-fakta-dan-data-geografis-menarik-kota-cimahi>
- Rahayu, Y. P. (2022). *Analaisis Segmenting, Targeting, Positioning Pada Rumah Makan Sambel Alu Bandar Lampung*.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sadli. (2022, Juli 7). *Pemkot Cimahi Dukung Program UMKM Jabar Juara untuk Pemulihan Ekonomi*. Cimahi Kota. Diambil dari <https://cimahikota.go.id/index.php/berita/detail/81830-pemkot-cimahi-dukung-program-umkm-jabar-juara-untuk-pemulihan-ekonomi>
- Sahir, S. H., & Rosmawati, R. (2020). Improve Marketing Mix for Marketing Plan Strategic in Coffeeshop Business. *Management Analysis Journal*, 9(4), 459-466.
- Salsabila, A. A., & Widaningsih, S. (2022). Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Dan Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion) Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Umkm Kelompok Tani Hutan Sumber Pada Produk Kripik Jamur Mallawa). *eProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Sapas, P., Vuspitasari, B. K., Sadewo, Y. D., & Siahaan, S. V. B. (2020). Strategi Pemasaran Sayur Organik Frysia Melalui Analisis 4P Dan Stp. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(2), 20-28.
- Schiffman, L. G., Kanuk. L. L. & Hansen, H. (2012) *Consumer Behavior*. An European Outlook (2nd ed.). Harlow Pearson Education.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Kencana: Jakarta.

- Setiyaningrum, Ari., Udaya, Jusuf., Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Soenarso, S A. (2021, September 19). *Begini upaya UMKM bertahan di tengah pandemi Covid-19*. Kontan.co.id. Diambil dari <https://nasional.kontan.co.id/news/begini-upaya-umkm-bertahan-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Sudari, S., Tarofder, A., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. *Management Science Letters*, 9(9), 1385-1396.
- Sugiarto, Eko. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Cetakan 1, Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111-118.
- Sutaguna, I. N. T., Achmad, G. N., Risdwiyanto, A., & Yusuf, M. (2023). Marketing Strategy For Increasing Sales Of Cooking Oil Shoes In Barokah Trading Business. *International Journal of Economics and Management Research*, 2(1), 132-152.
- Tumini, T., Hendra, J., & Ranjanis, S. (2021). Pengaruh Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 87-94.
- Wijaya, Hari & Hani Sirine. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*(e-ISSN: 2477- 0574; p-ISSN: 2477-3824)Vol. 01, No. 03, September 2016.