

DAFTAR PUSTAKA

- Heriyadi. (2018). Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (*POINTS OF DIFFERENCE DAN POINTS OF PARITY*). In *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 03, Issue 03). <https://www.gooto.com/read/1051222/gai>
- Kotler, P., Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Mahadi, J. P. W., Luh, N., Yesy Anggreni, P., Putu, I., Indrawan, E., & Suparyana, P. K. (2022). Wirausaha Masyarakat Desa Mendoyo Kabupaten Negara Dalam Pemanfaatan Limbah Kayu Sebagai Produk Kerajinan Tangan Yang Ramah Lingkungan. 2(2), 2798–1614. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6605314>
- Martowinangun dan Devita Juniati Sri Lestari, K., Strategi Promosi Terhadap, P., Martowinangun, K., Juniati Sri Lestari, D., & Piksi Ganesha Bandung, P. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan DI CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung.
- Meike, Supranoto. (2009). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja.
- Miftahul Jannah. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sirup Cap Mawar (Vol. 4, Issue 4).
- Pratama, T. B. (2023). *Effectiveness Of Segmen Identification And Target Marketing Strategy*.
- Rahayu, A. P., Brilliantina, A., Citra Kusumasari, F., Fadhila, P. T., Ratri, I., & Sasmita, A. (2023). Uji Sensori Kopi Robusta berdasarkan Variasi Suhu dan Lama Penyangraian (Studi Kasus Perusahaan Umum Daerah Perkebunan Kahyangan Kebun Sumber Wadung).
- Rifa Agustiani Rahmat. (2020). Analisis Kompetitor Perumahan Amaranta Residence Sukabumi I.
- Suhairi. (2022). Persepsi Model Bisnis Perkembangan Kolaborasi Masa Depan. 49(1), 36–54. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.04.001>
- Umdiana, N., & Sri Suprihatin, N. (2018). *Pengembangan UKM Melalui Desain Produk Dan Kemampuan Bersaing*.
- Widyarini, M. A., Kusuma, V., Basuki, J., Kunci, K., Segmentasi, :, & Korespondensi, A. (2023). Identifikasi Segmen, Target Dan Penentuan Posisi Pasar. 2(1), 15–20. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb>

Yunita, G., & Sn, M. (2022). Pengaruh Desain Komunikasi Visual Estika Dalam Daya Beli Konsumen Di Media Sosial . In *UNIVERSITAS NUSA PUTRA | HAL* (Vol. 4)

