

BAB IV

KESIMPULAN

. Strategi pemasaran tempe berdasarkan segmentasi, *targeting*, serta *positioning* sudah tergolong baik. Segmen yang dituju para pemasar tempe adalah remaja dan anak-anak baik laki-laki maupun perempuan yang gemar memasak dan suka dengan tempe untuk tambahan nilai gizi. Tempe jaman sekarang harus mengikuti pasar yang lebih modern dengan cara berdagang serta memasarkan tempe secara online ataupun aplikasi di android dan IOS. Pemasaran yang menggunakan aplikasi jauh lebih efisien dan dapat menekan *cost* pemasaran secara konvensional. Pemasaran secara online dapat menekan *cost* karena produk yang dibuat dan dijual dapat seimbang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekawati, R. N. 2008. Manajemen Pemasaran. Kudus: Daros Stain.
- Fandy, T. 2000. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset.
- Hermawan, K., dan Muhammad S. S. Marketing Syariah. 2006. Bandung: Mizan Media Utama.
- <https://www.facebook.com/TempeHienakPage/> (diakses, 3 Mei 2018)
- <https://www.facebook.com/TempeHienakPage/photos/rpp.1551274635123956/1816770995240984/?type=3&theater> (diakses, 3 Mei 2018)
- https://www.google.co.id/search?q=tempe+hienak+surabaya&rlz=1C1EJFA_enID703ID703&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEWjDjYu0i_TbAhVKU30KHaw_CKcQ_AUICigB&biw=1366&bih=635#imggrc=Qc3zsCyr_wdg0M (diakses, 3 Mei 2018)
- https://www.google.co.id/search?rlz=1C1EJFA_enID703ID703&biw=1366&bih=635&tbm=isch&sa=1&ei=2KMzW6mnFZn4rQHh6LSYBQ&q=penjual+tempe+dipasar+surabaya&oq=penjual+tempe+dipasar+surabaya&gs_l=img.3...40551.47006.0.47203.30.29.0.1.1.0.230.3011.13j14j1.28.0....0...1c.1.64.img..1.15.1698...0j35i39k1j0i30k1j0i5i30k1j0i8i30k1j0i24k1.0.RPuhE4Bi9qU (diakses, 3 Mei 2018)
- https://www.google.co.id/search?rlz=1C1EJFA_enID703ID703&biw=1366&bih=635&tbm=isch&sa=1&ei=CaQzW7uVDtWsrQHI7qvGCA&q=penjual+keliling+tempe+surabaya&oq=penjual+keliling+tempe+surabaya&gs_l=img.3...40808.50502.0.51374.11.11.0.0.0.197.990.5j4.9.0....0...1c.1.64.img..2.0.0....0.-Sm0kmS1dUk (diakses, 3 Mei 2018)
- Indriyono, G. 1994. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Indriyono, G. S. 1984. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- James F. E. Perilaku Konsumen. 1994. Jakarta: Binapura Aksara.
- Philip, K. 1997. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan Implementasi, dan Kontrol. Jakarta: PT. Prenhalindo.

Philip, K. 2004. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks.

Philip, K., Dan Swee H. A. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia. Jakarta: PT. Indeks.

Ristiyanti Prasetijo. 2005. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: ANDI.

Siti, K. 2004. Smart Strategy Of Marketing. Bandung: Alfabeta.

Sofjan, A. 2002. Manajemen Pemasran Dasar Konsep dan Strategi. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.