

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap (2023) *Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Kotetshu Cibinong Bogor Junal Manajemen Diversitas*. Vol. 3 No. 1. ISSN-3746-5764.
- Abdul Manap (2023) *Analisis Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk Hijan Merek Azara. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis (JAMIN)* Vol. 3 No. 1. E-ISSN 2621-3230.
- Ali, Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama: Yogyakarta.
- Arfan Sofan, Sahrum Agung dan Ecin Kuraecin (2019) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Segmetasi Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen*. Vol. 2, No. 3, Agustus 2019 Hal 353-369 ISSN: 2654-8623 E-ISSN : 2655-0008
- Anjelisa, Libeth Mananeke & Mirah Rogi (2018) *Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) Terhadap Keputusan Pembelian Produk BP-Smart Protection di AJB Bumiputera 1912 Cabang Ratulangi Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi (EMBA) Vol. 6 No. 4. I-SSN 2303-1174.
- Arman&Rizki (2022) *Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Caruban di Pulau Buru*. Jurnal of Education, Humaniora and Social Scienses (JEHSS) Vol. 5 No.1. E-ISSN 2622-3740.
- Choirunnisa Sabilia, Wahyu Setya Ratri, Eska Stefani (2023) *Analisis Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv Merapi Farma Herbal Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Daerah Istimewa Yogyakarta*. JURNAL ILMIAH AGRITAS VOL 7 NO 2 37-50
- Daryanto, (2014), *Pendekatan Pembelajaran Sainifik Kurikulum 2013*, Gava Media, Jakarta.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera: Bandung Erlangga.
- Djaslim Saladin. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya

- Elis Tri Wahyuni (2017) Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nasabah) Pada Bank Bpr Jatim Cabang Ponorogo. EQUILIBRIUM, VOLUME 5, NOMOR 1, JANUARI 2017
- Edversen D.J Rorimpandey, Hendra N. Tawas & Mirah H. Rogi (2023) *Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian* Konsumen Kopi Janji Jiwa Manado. Jurnal Ekonomi, Sosial, Budaya dan Hukum (EkoSosBudKum) Vol. 6 No. 2. P-ISSN 24072-361X.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi pemasaran* (edisi 4). Yogyakarta : Andi.
- Fariz Hamdan & Sonang Sitohang (2020) *Pengaruh Segmentasi, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Furniture*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. E-ISSN 2461-0593.
- Fauzi Alfi Yasin & Rina Ayu Vildayanti (2023) *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Aplikasi Online Shop Tokopedia di Jakarta)*. Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce. Vol. 2, No.3. E-ISSN 2967-0821 P-ISSN 2964-5298. E-ISSN 2967-0821 P-ISSN 2964-5298.
- Fitriyah Astri (2021) *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Sahabat Rpk Umi Di Terminal Pasar Bumi Harapan Tolitoli*. Journal of Economic, Management and Accounting Vol. 1 No. 3, Oktober 2021 ISSN E-ISSN 2714-8645
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Gloria Vidia Pomantowm Lisbeth Mananeke & Rotinsulu Jopie Jorie (2019) *Analisis Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maxx Coffe di Hotel Aryaduta Manado*. J Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi (EMBA) Vol. 7 No. 4. E-ISSN 2303-1174.
- Gracian F.A.V. Rambli, Lisbeth Manakeke, & Imelda E.J. OGI (2020) *Pengaruh Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Kepuasan Konsumen Laundry Sepatu di Kota Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi (EMBA) Vol. 8 No. 4. E-ISSN 2303-1174.

- Hair, Joe F., G. T. M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, and Soumya Ray. 2021. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Cham:Springer.
- Haryono, Siswoyo. 2016b. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL*
- Helianto Hutabisu, Sri Indriani & Thomas Priyasmanu (2022) Jorie (2019) *Analisis Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Kepuasan Konsumen Prroduk Kopi Poso*. JurnalMahasiswa Teknik Industri (Valtech) Vol. 4 No. 2 E-ISSN 2614-8382.
- Herlambang, Susatyo dan Bamabang Heru Marwoto. 2014. *Manajemen Kesekretariatan*.
- Hizkia Stevano, Meigy Soelyono, Danang Dwi & Luki Adiati (2022) *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Purchase Intention pada Hoops Point Indonesia*. Jurnal Ekonomi Trisaki. Vol. 2 No. 2. E-ISSN 2339-0840.
- Hurriyati, Ratih (2005), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung Alfabeta
- Humairatus Shaliha, Hamidah Hendrarini, Mubarokah (2023) *Pengaruh Segmenting, Targeting Dan Positioning (Stp)Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Excelso Di Cabang Jalan Merr Surabaya*. Jurnal Pertanian Agros Vol.25 No.3, Juli 2023: 3161-3171
- Kasali, Rhenald, 2006, "*Pop Marketing dlam Konteks Pemasaran Indonesia*", Gramedia
- Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 edisi. 13 Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey:
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey:
- Kotler, Philip Dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.

- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan*,
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Meldayanoor, Muhamad Indra Darmawan & Evi Nurniyanah (2019) *Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Kerupuk Buah UD. Sukma Cap MD Desa Sumber Makmur Kec. Takisung Kab. Tanah Laut*. Jurnal Teknologi Agro-Industri. Vol. 6 No. 1. E-ISSN 2598-5884, P-ISSN 2407-4628.
- Mery Berlian (2022) *Analysis of Influence of Segmenting, Targeting, and Positioning Strategies on Customer Purchase Decisions in The Digital Era*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Vol. 6 No. 4. E-ISSN 2641-1280 P-ISSN 2622-4771.
- Muhammad Farhan Fauzan Kasim, Samdin, Wahyuniati Hamid, Hartini & Endro Sukotjo (2023) *Pengaruh Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) Terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Pada KM Warmindo*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahawan (JMK)Vol. 15, No.2. E-ISSN: 2685-5151.
- Nurlaela Eva Puji Lestari (2017) *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty*. Jurnal Simposium Nsional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (SIMNASIPTEK) ISBN 978-602-61268-4-9.
- Pearson Pretice Hall, Inc. *Structural Equation Modeling Konsep Dan Implementasinya Pada Kajian Ilmu Manajemen Dengan Menggunakan Amos. PLS*. Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Priyatno Dwi. 2009. *Mandiri Belajar SPSS*. Mediakom. Yogyakarta. Pustaka Utama, Jakarta.
- Ratnawali & Desti Febrianty (2023) *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Baju di PTM Bengkulu*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Ekombis).Vol.11 No.1. E-ISSN 2716-4411 P-ISSN 2338-8412.
- Ravindra Safitra H (2017) *Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea*. Jurnal Ekonomika dan Manajemen. Vol. 6 No. 1. E-ISSN 2252-6226.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Kencana: Jakarta

- Siregar, Zulkifli Musannip Efendi et al. 2021. *Structural Equation Modeling Konsep Dan Implementasinya Pada Kajian Ilmu Manajemen Dengan Menggunakan AMOS*. Cetakan Pe. eds. Herlambang Rahmadhani and gofur Yuda Wati. Yogyakarta: Deepublish..
- Siska Dewi Apriliyanti, Ratna Pudyaningsih & Vita Fibriyani (2023) *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan)*. Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis. Vol.1 No. 4. E-ISSN 2987-923X, P-ISSN 2987-7989.
- Sugiyono (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfa beta.
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Syahza, Almasdi. 2021. *Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*.
- T. Edyansyah, Juni Ahyar, Rico Nur Ilham, Chalirafi & Ikramurdin (2022) *The Influence of Segmenting, Targeting, and Positioning Strategies on Purchase Decisions at Zhala.id Stores in Lhoksukon City*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi & Akutansi (MEA) Vol. 6 No.3. P-ISSN; 2341-5225 E-ISSN 2621-5306.
- Tjiptono Dan Chandra .2012. *Market Targeting*. Erlangga: Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Andy. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. ANDI: Yogyakarta.
- Tumini, Joni Hendra & Sentris Ranjanis (2021) *Pengaruh Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Sepeda Motor Matic di Kota Purbolinggo)*, Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis (Ecombuss) Vol. 9 No. 2. P-ISSN 2337-9340, E-ISSN 2722-8622