

DAFTAR REFERENSI

- Adetunji James, A., & Thomas Kalu, E. (2015). Positioning strategies and competitive advantage in Nigeria's airline industry. *Journal of Business Management and Economics*, 3(12), 11–18.
- Andi Yulianto, Roni, R., Setiadi, R., & Indriyani, A. (2020). Analisis Positioning Operator Seluler dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Pasar di Wilayah Yogyakarta. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(2), 33–45. <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i01.223>
- Ansofino, Jolianis, Yolamalinda, & Arfilindo, H. (2016). *Buku Ajar Ekonometrik*. Deepublish.
- Assauri, S. (2021). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep & strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Diana, F. T., & Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Edyansyah, T., Ahyar, J., Ilham, R. N., Chalirafi, C., & Ikramuddin, I. (2022). the Influence of Segmenting, Targeting and Positioning Strategies on Purchase Decisions At Zhalsa.Id Stores in Lhoksukon City. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1253–1262. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2540>
- Edyansyah, T., Ilham, R. N., Ahyar, J., Chalirafi, C., & Sullaida, S. (2022). The Effect Of Cafe Atmosphere, Product Quality And Service Quality On Consumer Satisfaction At Premium Coffee Stations In Lhokseumawe City For The 2020-2021 Period. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 1993–2003. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2539>
- Farida, N. (2020). *Pengaruh Strategi Segmentation, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Handphone (Studi Kasus Rizqy Mobile & Comp Gresik)*.
- Febrian, Y. N. (2023). *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Keputusan*. 26–38.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama*, penerbit Qiara Media. Jawa Timur.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.

- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). Multivariate data analysis. In *Multivariate data analysis* (p. 785).
- Hasan, A. (2020). *Marketing: Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Heriyadi. (2018). *Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points Of Difference Dan Points Of Parity)*. Jurnal AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship: Vol. 03, Issue. No. 03. 2018.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Irfayanti, D. (2020). Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sajana Universitas BSI Serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kiwang, I. I. D., Fanggidae, A. H. J., & ... (2019). Pengaruh Segmentasi Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Pada Rumah Makan. *Journal of Management ...*, 8(1), 99–116. <http://ejurnal.undana.ac.id/JEM/article/download/1419/1082>
- Kurniasari, N. A., & Widayanto, W. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Lazada Mahasiswa FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 900–905. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29900>
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 284–294.
- Nareswari, M. M. P., Warnaningtyas, H., & Imron, M. (2022). Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Respiro Di Madiun. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 198–205. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i2.127>

- Pemasaran, A. B. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Pradana, F. A., Hufron, M., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Strategi, Segmenting, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso Di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(07).
- Pomantow, G. V., Mananeke, L., & Jopie Jorie, R. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian. *EMBA*, 7.
- Safitra, R. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 30–43.
- Sayyid, M. (2020). Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Setiawan, R. N. B., & Sunyoto, D. (2022). Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep dan Psikologi Bisnis). *CV Eureka Media Aksara*, 1, 1–115. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/408617-manajemen-pemasaran-pendekatan-konsep-da-8b42dd0b.pdf>
- Smarandescu, L., & Shimp, T. A. (2015). Drink coca-cola, eat popcorn, and choose powerade: testing the limits of subliminal persuasion. *Marketing Letters*, 26, 715-726.
- Sugiyono, D. (2020). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Penerbit Andi Yogyakarta*.
- Tumini, Hendra, J., & Ranjanis, S. (2021a). Pengaruh Strategi STP (Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Sepeda Motor Matic di Kota Probolinggo). *Ecobuss*, 9(2), 87–94.
- Tumini, T., Hendra, J., & Ranjanis, S. (2021b). Pengaruh Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 87–94. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.842>

- Wanardi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Yadi, H. (2018). Strategi Positioning dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference dan Points of Parity). *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 261–271.