

DAFTAR REFERENSI

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7.
- Ansofino, Jolianis, Yolamalinda, & Arfilindo, H. (2016). *Buku Ajar Ekonometrik*. Deepublish.
- Arsika, T. (2018). Pengaruh Implementasi Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Pada warung Mie Endes Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- D. Kiwang, I. I., Apriana, H. J. F., & Rolland, E. F. (2019). Pengaruh Strategi Segmentasi Dan Positioning Terhadap keputusan pembelian Wisatawan Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Di Kupang. *JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8.
- Erawati, P. (2015). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sehat Bakso Atom. *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Sains Dan Teknologi*.
- Farida, N., & Selviana, I. (2019). Pengaruh Strategi Segmentation, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Handphone (Studi Kasus Rizqy Mobile & Comp Gresik). *Gema Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi*, 8.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*. Jakarta: Penerbit Qiera Media.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 9 (A. Tejkusumo (Ed.).Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hasan, 2013. “ *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*”. Yogyakarta : Center for Academic Publising Service
- Hidayat, R. S. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen By Fakultas Ekonomi Dan Bisnis-Universitas Buudi Luhur*, 6.

- Hidayat, R. S. (2017). *Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea* (Vol. 6).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Jawa Timur: 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.
- Kartajaya, H. (2009). *Service Operation*. Jakarta: Markplus Institute of Marketing.
- Kasali, R. (2007). *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid. Jakarta: Erlangga.
- 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. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Lestari, N. E. P. (2017). Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sajana Universitas BSI Serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK)*.
- Meyliana, M. P. N., Warnaningtyas, H., & Imron, M. (2022). Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Respiro Di Madiun. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akutansi*, 11. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i2.127>
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.

- Pomantow, G. V., Mananeke, L., & Jopie Jorie, R. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian. *EMBA*, 7.
- 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). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*.
- Ries, A., & Trout, J. (2002). *The Battle For Your Mind* (20th ed.). Jakarta Salemba Empat.
- Sayyid, M. (2020). Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). Perilaku Konsumen: edisi revisi. Jakarta: Kencana.
- 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.
- Shinta, A. (2011). Manajemen pemasaran. Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). Analisis validitas dan asumsi klasik. Yogyakarta: Gava Media..
- Setiawan, R. N. B., & Sunyoto, D. (2022). Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep dan Psikologi Bisnis). Edited by Kalijaga, Magister A. Eureka. Purbalingga: Media Aksara,
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan erhadap keputusan pembelian tokopedia di jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9.
- T.Edyansyah, Ahyar, J., Nur Ilham, R., Chalirafi, & Ikramuddin. (2022). The Influence Of Segmenting, Targeting and Positioning Strategies On Purchase Decisions At Zhalsa.Id Stores In Lhoksukon City. *Jurnal Ilmiah MEa (Manajemen, Ekonomi, Dan Akutansi)*, 6.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Diana, F. T., & Tjiptono, F. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tumini, Hendra, J., & Ranjanis, S. (2021). Pengaruh Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Sepedan Motor Matic di Kota Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 9.

Wanardi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Peasaran*. CV Budi Utama.

Widyanto. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Lazada Mahasiswa FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10.