

DAFTAR PUSTAKA

- Agnusia, Nur Adillah. 2021. "Konsep Pasar Dan Pemasaran."
- Ahmadi, Nanang Khoirul, and Herlina. 2017. "Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung." *Jurnal Manajemen Magister, Vol 03. No.01, Januari 2017* 03(01): 75–95.
- Arciniegas Paspuel, O. G., Álvarez Hernández, S. R., Castro Morales, L. G., & Maldonado Gudiño, C. W. 2021. "Telaah Strategi Pemasaran: Upaya Meningkatkan Daya Saing Pasar Bisnis Online Di Masa Pandemi Covid-19." 8(2): 6.
- Arsyadi, GK. 2017. "Populasi Masyarakat Indonesia Di Masa Pandemi." : 31–37.
- Butar-butar, Abdul Karim. 2019. "Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Asuransi Padapt. Jiwasraya Di Tangerang." *JMB : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 7(1): 57–64.
- Chandra, Herry Pintardi. 1999. "Faktor-Faktor Strategi Positioning Dalam Pemasaran Realestate (Suatu Studi Pengalaman Pengembang Realestate Di Surabaya)." *Civil Engineering Dimension* 1(2): 114–24.
- Dzikrika, Dear Satriya. 2018. "Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Lenovo Di Universitas Brawijaya." *Econimics and Business* 2(2): 12.
- Elisabet Tambunan. 2018. "Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Azzahra Medan." *Mutiara Manajemen ISSN : 2579-759 X* 3(1): 208–16.
- Farida, Nur, and Ika Selviana. 2019. "Pengaruh Strategi Segmentation, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Handphone (Studi Kasus Rizqy Mobile & Comp Gresik)." *Fakultas Ekonomi* 8(2): 136–47.
- Gitleman, Lisa. 2019. "Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prima Motor Pasir Pengaraian." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 5: 67–74.
- Hasbi, Muhammad Luthfi, and Indra Muis. 2020. "Segmentasi , Targeting Dan Positioning Produk Neo Coffee Dari Wings Food Untuk Pasar Kota Bekasi." *Jurnal Mahasiswa Bina Insani* 5(1): 63–72.
- Hinestroza, Denniye. 2018. "Prihatna, M. (2021). Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Clothing pada Curv Screen Printing di Lumajang." *Prihatna, M. (2021)*. 7: 1–25.
- Huang, Ming Hui, and Roland T. Rust. 2022. "A Framework for Collaborative Artificial Intelligence in Marketing." *Journal of Retailing* 98(2): 209–23.

Ikmawati. 2017. *Metodologi Penelitian*.

Jufrin, and Ismunandar. 2021. "Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kedai Kopi Makembo." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 6(2): 144–57.
http://ejournal.unira.ac.id/index.php/jurnal_makro_manajemen/article/view/1175/830.

Kasanti, Novera, Anderson Wijaya, and Suandry. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard Pada PT AIM Safety Indonesia." *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 4(1): 43–51.
<https://journal.uii.ac.id/ajie/article/download/12470/8992>.

Kotler, Philip. 2007. *Das Summa Summarum des Management Das Summa Summarum Des Management*.

Mananeke, Lisbeth, Jopie Jorie Rotinsulu, Jurusan Manajemen, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2017. "Pengaruh Faktor-Faktor Per" *245 Jurnal EMBA* 5(2): 245–55.

Mauliansyah, Roni. 2018. "Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6(2): 818–26.

Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, Affiifi. et al. 2019. "Pengaruh Segmentasi Psikografis, Segmentasi Tingkah Laku, Targeting Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji Umroh pada PT. Sahid Gema Wisata Cabang Surabaya." *Paper Knowledge*. 7(1): 1–33.

Minarti, Mega Sifti, and Nora Pitri Nainggolan. 2020. "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee." *Jurnal Ilmiah Kohesi* Vol. 4(3): 210–17.

Monalisa, Candika. 2020. "Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang 2020." *Skripsi*: 13.

Muhaimin, Abdul Wahib, Hery Toiba, Dwi Retnoningsih, and Lis M Yapanto. 2020. "The Impact of Technology Adoption on Income and Food Security of Smallholder Cassava Farmers: Empirical Evidence from Indonesia." *International Journal of Advanced Science and Technology* 29(9s): 699–707.

Muhammad Khabibun. 2015. "View of Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kota Surakarta)." *skripsi*.
<http://ojs.u-db.ac.id/index.php/dutacom/article/view/537/499> (May 22, 2022).

Mujahidin, Ali, and Ifa Khoirianingrum. 2019. "Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro." *Prosiding Seminar*

Nasional Unimus 2: 284–94.

- Mulyana, Mumuh. 2012. “Materi Tutorial Online Inisiasi Iii.” : 23–29. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tcuj2/>.
- Mustain. 2012. “Aanalisis Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Coffe di Makassar Hasma Laely Mustain A21108270.” *skripsi*.
- Nurjanah, Melani Sinta. 2022. “Positioning Persebaya Store Dalam Membentuk Fashion Lifestyle Fathoni.” *jurnal* 5(8.5.2017): 2003–5.
- Nurtjahjani, Fullchis, Asminah Rachmi, and Masreviastuti Masreviastuti. 2018. “Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di Pt Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang.” *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis* 11(2): 107.
- philip kottler. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 Philip Kotler Keller*. Edisi Pert. Jakarta: Erlangga.
- Pomantow, Gloria Vidia, Lisbeth Mananeke, and Rotinsulu Jopie Jorie. 2019. “Pembelian Produk Maxx Coffee Di Hotel Aryaduta Manado Analysis of Segmenting , Targeting , and Positioning To Buying Decision of Maxx Coffee ’ S Products in Aryaduta Hotel Manado.” *Econimics and Business* 7(4): 3129–38.
- Pradana, F. A., Hufron, M., & Rizal, M. “Pengaruh Strategi, Segmenting, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso Di Kota Malang).” : 48–62.
- Prasetyo, L D et al. 2017. “Store MTC Manado The Influence of Demographic Segmentation Factors and Psychographic Segmentation on Purchasing Decisions at Matahari Department Store MTC Manado Oleh: Larasati Dwi Prasetyo Silcyljeova Moniharapon Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas .” 5(2): 1337–47.
- Putra, Gustiawan, and Adi Sismanto. 2021. “Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Kelurahan Pagar Dewa Kota Bengkulu.” *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)* 2(1): 26–38.
- Putri, Uin Suska Riau. 2018. “Metode Penelitian Bab III Uin Suska Riau.” (2000).
- Rafikasari, Tika. 2021. “Pengaruh Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Furniture.” *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sirkah Purbantara Utama* 10: 1–18.
- Riduwan. 2017. *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sakarya, T H E, and Journal Of. 2018a. ““Pengaruh Implementasi Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Pada Warung Mie Endes Terhadap Keputusan Pembelian”.” *Ariska, T. R. I. N. I. A., & Ariska, T. (2018). 7(2): 44–68.*
- . 2018b. “Pengaruh Penerapan Segmentasi Pasar Berdasarkan Geografis, Demografis, Psikografis, dan Perilaku Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Minat Nasabah Melalui Produk Tabungan Emas.” *Skripsi 7(2): 44–68.*
- Sari, D.C. 2021. *Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Sari, Marta Widian. 2021. “Analisis Segmenting Targeting Dan Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Regional Pada UMKM Christine Hakim Di Padang.” *Jurnal Ekobistek 7(1): 122–27.*
- Sholihat, Apriwati. 2018. “Teori Keputusan Pembelian Dan Indikator Def Operasional.” *Journal of Chemical Information and Modeling 5(1): 1–15.* [https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290.](https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290)
- Solahuddin, Soleh. 2017. *Analisis Jalur*. Jakarta: PT Reneka Cipta.
- Sri Irka Riana. 2016. “Pengaruh Biaya Produksi dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).”
- Sriyanto, Agus, and Aris Wahyu Kuncoro. 2019. “Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ekonomika dan Manajemen 8(1): 21–34.*
- Sudarso, Satrio. 2022. “Analisis Implementasi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Abg Sidoarjo.” *Jurnal Riset Entrepreneurship 5(1): 7.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edisi Pert. ed. Sugiyono. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016a. *Metode Penelitian Evaluasi*.
- . 2016b. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- . 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Susan Eri. 2019. “Manajemen Sumber Daya Manusia Eri Susan 1.” *Jurnal Manajemen Pendidikan (2): 952–62.*
- Susilawati, Endang, and Asep Mulyana. 2018. “Pengaruh Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indocement Tunggal Prakarsa

- (Persero) Tbk Periode Tahun 2010-2017.” *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi* 1(2): 82–96.
- Tiris Sudrarono. 2019. “Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Umk.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10(1): 53–64.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yanti, Deni Irfa, and Ety Saraswati. 2020. “Analisis Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk Hijab Merek Azara.” *Jamin : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 3(1): 94.
- Yukhanita, Ulfa. 2021. “Pengaruh Starategi Segmenting , Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skripsi Oleh : Ulfa Yukhanita Pembimbing : Yunaita Rahmawati , SE ., M . Si ., Ak .”