

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, H. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(1).
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Raja Grafindo Persada.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 01(02), 83–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). Alfabeta.
- Cahyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *EMABI : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(01), 10–20.
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi* (1st ed.). PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Dewi, J. M. (2012). strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 1–13.
- Dinan, F., Azhad, M. N., & Fatimah, F. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 16–30.
- Engel, J. F. (2010). *Perilaku Konsumen* (Edisi ke 6). Binarupa Aksara.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian Manajemen; pedoman penelitian untuk skripsi, tesis dan disertasi ilmu Manajemen* (1st ed.). Universitas Diponegoro.
- Ferrel, O. ., & Hartline, M. D. (2011). *Marketing Strategy* (kelima). Cengage Learning.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (1st ed.). Undip.
- Hamdan. (2022). Pengaruh Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Furniture. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(1), 1. <https://doi.org/e-ISSN: 2461-0593>
- Hendra, S. R. (2021). Pengaruh Strategi STP (Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Sepeda Motor Matic di Kota Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 1.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* (jilid 1). Erlangga.
- Isfahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 211–227. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>
- Kasali, R. (2011). *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, dan Positioning* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kerin, R. A., & Peterson, R. A. (2015). *Pemasaran Strategis, Kasus Dan Komentar* (edisi kese). Indeks.
- Kirom, N. R., & Sudarmiatin. (2022). Segmenting, Targeting And Positioning Analysis Of Msme Furniture Basuki Lacasa Malang. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 1(07), 703–707.

- Koesoemaningsi, R. (2013). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi*. 13(02), 01–10.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12). PT Indeks.
- Kurniasih, A. (2020). Mempertahankan Segmentasi Pasar Dan Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota (Pendekatan Analisis SWOT pada Pelanggan Tunas Toyota di Kota Serang). *Repository Universitas Banten Jaya*, 1(1), 16–39.
- Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (edisi 2). Andi Offset.
- Mauliansyah, R. (2017). Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 818–826.
- Nuroni, A. M., & Suhendar, A. (2016). Pengaruh Segmentasi Pasar Dan Harga Penetrasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Di Evo 69 Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 15(02), 041–048.
- Nurtjahjani. (2017). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di Pt Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(2), 1–10.
- Putra, G., & Sismanto, A. (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)*, 02(01), 26–38. www.jurnal.imsi.or.id
- Rahmayani, P., & Lubis, D. S. W. (2022). Pengaruh Segmentasi Pasar, Produk dan Price terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang. *Civitas: Jurnal Studi Manajemen*, 4(1), 16–20.
- Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). CV. Andi Offset.
- Sudarso, S. (2022). Analisis Implementasi Segmenting , Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Abg Sidoarjo Sudarso. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(1), 7–16. <https://doi.org/10.30587/jre.v5i1.3342>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Thompson, A. A. (2016). *Crafting And Executing Strategi the quest for competitive advantage, concept and readings* (1st ed.). Mc.Graw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (edisi kedu). Andi.
- Verdi, S. U. B. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan di PT. Arthanindo Cemerlang. *Emabi : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 1.
- Widayanto, M., Elly, M., & Prasetyo, W. (2021). Urgensi Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Dalam Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Rizza Bordir Probolinggo). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27(01), 485–496.
- Widjaya, P. . (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix pada PT. Murni

Jaya. *Emabi : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 01(01).

Yunita, I., Fikrianda, R., Syafrizal, M., & Siregar, J. (2022). ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING PADA PT SIANTAR TOP TANJUNG MORAWA. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(1), 40–44.

