

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Nanang Khoirul & Herlina. 2017. Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), hal 75–95
- Assaura, Sofjan. 2012. Strategic Marketing Sustaining Lifetime Costumer Value. Jakarta: Raja Gravindo Persada.
- Assaura, Sofyan. 2010. Manajemen Pemasaran Lanjutan. Konsep Dan Strategi. Ke-10. Jakarta: Erlangga.
- Daryono. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV Yrama Widya.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Ke-8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Ke-9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, Dhruv and Levy, Michael. 2014. Marketing. Fourth Edi. New York: The McGraw-Hill.
- Ravindra Safitra. 2017. Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 6(1), hal 28–44
- Hapsari & Iqbal. 2018. Analisis Segmentasi Pasar Fashion Wanita Berdasarkan Motif Pembelian Dan Shopping Lifestyle. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 64(2), hal 21–35

- Kotler, P. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gerry Armstrong. 2014. Principle of Marketing. 15th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Larasati Dwi Prasetyo, Silcyljeova Moniharapon, and Sjendry Loindong. 2017. Pengaruh Faktor-Faktor Segmentasi Demografis Dan Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store MTC Manado. *Jurnal EMBA* 5(2), hal 1337–1347
- Meldayanoor, Muhammad Indra Darmawan, and Evi Nurinayah. 2019. Analisis Segmenting, Targeting, Positioning (STP) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk BuahUD. Sukma. *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, 6(1), hal 9–19
- Mujahidin, Ali, dan Ifa Khoirianingrum. 2019. Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, Vol-2, hal 284–94.
- Nazir, Moh. 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- 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. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (SIMNASIPTEK)*, hal 61–66.
- Pomantow, Gloria Vidia. 2019. Analisis Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maxx Coffee Di Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), hal 3129–3138
- Prof. Dr. Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D Ke-2, MT Dr.Ir. Sutopo. S.pd. Bandung: Alfabeta.

- Rambi, Graciela F.A.V, Lisbeth Mananeke, and Imelda W.J Ogi. 2020. Pengaruh Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Kepuasan Konsumen Laundry Sepatu Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), hal 1080–1090
- Sangadji, EM., and Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Sofan, Arfan. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Segmetasi Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen. 2(3), hal 353–69
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, and Danang. 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Suwardi. 2011. Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. Semarang: Politeknik Negeri Semarang.
- Tjiptono, and G. Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. kedua. 2012: Andi..
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. 2015. Pelanggan Puas ? Tak Cukup, 2015: Andi.
- Utami, M.M & Hanum, A. 2010. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Word Of Mouth Mahasiswa Unimus, *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, hal 398–415