

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Chairunnisa. (2020). *Statistik untuk Penelitian Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Diana. (2020). *Pemasaran Strategis: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Edyansyah, T., dkk. (2022). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H. (2022). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hidayat, R. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Surabaya: Mitra Wacana Media.
- Irfayanti, D. (2020). *Strategi Pemasaran dan Targeting*. Surabaya: UPN Veteran Jawa Timur Press.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. L. (2015). *Strategic Brand Management* (4th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (11th ed.). Prentice Hall.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lestari, D. (2017). *Analisis Positioning Produk dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen, 5(2), 45–53.
- Made Rizki Sri Nadiarini, et al. (2023). *Pengaruh Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Produk The Organik Brew Me*. Jurnal Pemasaran Indonesia, 12(3), 122–133.
- Manap, A. (2023). *Analisis Pengaruh Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Koteshu Cibinong Bogor*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 9(1), 55–68.
- Meyliana, M. M. P., Warnaningtyas, H., & Imron, M. (2022). *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Respiro di Madiun*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 8(2), 89–97.
- Mujahidin, & Khoirianingrum. (2019). *Strategi Segmentasi Pasar dalam Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pradana, A., dkk. (2020). *Analisis Target Pasar dan Keputusan Pembelian*. Surabaya: UB Press.
- Putri, A. K. (2023). *Analisis Pengaruh Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu TJ (Tresno Joyo) di Kabupaten Boyolali*. Jurnal Manajemen Modern, 7(2), 101–110.
- Rahayu, S. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Ries, A., & Trout, J. (2002). *Positioning: The Battle for Your Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Ryan Suhandito, & Habib, M. A. F. (2024). *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Produk di Warkop Kamandanu Tulungagung*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern, 10(1), 77–86.

- Satrio Sudarso. (2022). *Analisis Implementasi Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai ABG Sidoarjo*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(3), 132–140.
- Sayyid, A. (2020). *Pemasaran dan Segmentasi Pasar di Era Digital*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shimp, T. A. (2015). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9th ed.). Cengage Learning.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sitorus, S., et al. (2021). *Analisis Persaingan Usaha Warung Kopi di Indonesia*. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 25–34.
- Soedarsono, R., et al. (2020). *Dampak Perkembangan Bisnis Digital terhadap Persaingan Usaha Mikro di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(2), 55–63.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Setiawan, B. (2022). *Manajemen Pemasaran dan Segmentasi Pasar*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tanady, D., & Fuad, M. A. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 67–75.

- Tumini, T., Hendra, J., & Ranjanis, S. (2021). *Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic di Kota Probolinggo*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 6(4), 211–221.
- Wanardi, A., & Triyono, H. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widyanto, A. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 98–106.