

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, buchori., djaslim saladin. (2010). Manajemen pemasaran (edisi pertama). Bandung. Cv. Linda karya
- Ali Hasan, 2008, Marketing, Media Utama, Yogyakarta
- Arikunto Suharsemi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Anjelisa, lisbeth mananeke dan mirah rogi. Analisis pengaruh strategi segmentasi, targeting dan positioning (stp) terhadap keputusan pembelian produk bp-smart protection di ajb bumiputera 1912 cabang sam ratulangi manado. Jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi. *Vol 6, no 4 (2018)*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article>.
- Boone, louis e. Kurtz, david l. 2008. Pengantar bisnis kontemporer, buku 1. Salemba empat. Jakarta
- Danang Sunyoto. 2013. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- djaslim, saladin. 2012. Manajemen pemasaran analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian. Edisi ketiga. Bandung : cv. Linda karya.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks.
- Helena clovia, leonardo budi hasiholan, adji seputra. Pengaruh strategi segmenting, targeting dan positioning serta strategi harga pada perusahaan pt tiga pilar kilau kencana. Jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas pandanaran. Issn. 2502-7689. *Vol 7, no 1 (2021)*
- Hermawan kartajaya dan muhammad syakir sula. 2006. Syariah marketing. Bandung: pt. Mizan pustaka.
- Kasali, rhenald. 2003. Manajemen public relations: konsep dan aplikasinya di indonesia. Jakarta: pt. Pusaka utama grafiti
- Masyhuri Machfudz. 2014. Metodologi Penelitian Ekonomi Aplikasi pada Manajemen SDM, Keuangan, dan Manajemen Pemasaran, serta Integrasi Keislaman, Malang: Genius Media.
- 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). Isbn: 978-602-61268-4-9.
- Nugroho j. Setiadi. 2010. perilaku konsumen perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen., Jakarta: prenada media group.
- 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). Isbn: 978-602-61268-4-9.

- rahmi yuliana berjudul analisis strategi pemasaran pada produk sepeda motor matik berupa segmentasi, targeting, dan positioning serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di semarang. Vol 5 no 2 (2013): volume 5 nomor 2 edisi juni 2013. [Http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index](http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index).
- Sandy wulan karamoy. Strategi segmenting, targeting dan positioning pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan produk kpr bni griya. Jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi. Vol 1, no 3 (2013). [Https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2105](https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2105).
- Suharno dan yudi sutarso. 2010. Marketing in practice. Yogyakarta: graha ilmu
- Suharsimi Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Siti khadijah. 2004. smart strateg of marketing. Bandung: alphabet.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wiratna Sujerweni. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.