

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abdullah, M. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Anjelisa, Mananeke, L., & Rogi, M. 2018. Analisis Pengaruh Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) terhadap Keputusan Pembelian Produk BP-Smart Protection di AJB Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 4073–4082.
- Arifin, Moch. B. U. B., & Aunillah. (2021). *Buku Ajar Statistik Pendidikan*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- BPS Kabupaten Probolinggo. Diakses pada tanggal 24 Januari 2024, dalam <https://probolinggakab.bps.go.id/indicator/19/288/1/upah-minimum-kabupaten-kota-di-jawa-timur.html>
- Daniella, V. R. B., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. 2023. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Wage Tulungagung. *Simposium Manajemen dan Bisnis II*, 2, 1492–1501.
- Data penjualan Warkop Kamandanu pada bulan Mei-November Tahun 2023.
- Faozi, I., & Handayani, S. 2019. Analisa Keputusan Pembelian yang dipengaruhi Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan pada PT Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, XXVI(47), 44–52.
- Febry, T., & Teofilus. 2020. *SPSS : Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamdani, Y. Y., & Kaburuan, E. R. 2017. *G Suite*. Bandung: Lembaga Sistem Informasi.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hartini, Sudirman, A., & Wardhana, A. 2022. *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Hasil observasi peneliti pada tahun 2023.

Hasil observasi peneliti pada tahun 2024.

Hasil olah data peneliti yang dihitung menggunakan Software IBM SPSS 29 tahun 2024.

Hasil olah data peneliti tahun 2023.

Hasil olah data peneliti tahun 2024.

Irfayanti, D., & Saraswati, E. 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), 94–105. doi:<https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.67>

Jusuf, D. I. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Kiwang, I. I. D., Fanggidae, A. H. J., & Fanggidae, R. E. 2019. Pengaruh Segmentasi dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kupang. *JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8(1), 99–116.

Lestari, N. E. P. 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)*, 1(1), 61–66.

Manggu, B., & Beni, S. 2021. Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkulu. *Sebatik*, 25(1), 27–34. doi:<https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>

Maulana, H., & Soepatini. 2021. *Segmenting Targeting Positioning: Mengapa, Apa, dan Bagaimana*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.

Mauliansyah, R. 2017. Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 818–826. doi:<https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.687>

Moonti, H. U. 2015. *Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: INTERPENA Yogyakarta.

Nadiarini, M. R. S., Antara, M., & Artini, N. W. P. 2023. Pengaruh Segmenting, Targeting dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh

Organik Brew Me. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 12(1), 347–358.
doi:<https://doi.org/10.24843/JAA.2023.v12.i01.p32>

- Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., & Ario, F. 2018. *Basic Marketing & Cunsomer Behavior*. Medan: One Circle.
- Nensi, G. R., & Rahmidani, R. 2019. Pengaruh Segmentasi Pasar dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Simcard Axis di Kota Padang. *Jurnal EcoGen*, 2(4), 822–831. doi:<https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i4.7859>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nurtjahjani, F., Rachmi, A., & Masreviastuti. 2017. Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy di PT Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 11(2), 107–114. doi:<https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i2.21>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif* Edisi 3. Lumajang: Widya Gama Press.
- Pradana, F. A., & Rizal, M. 2020. Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso di Kota Malang). *e -Jurnal Riset Manajemen*, 9(7), 48–62.
- 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*, 2(1), 26–38.
- Qur'an Kemenag. Diakses pada tanggal 23 Januari 2024, dalam <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=168&to=286>
- Rahmadi. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Ratnawili, & Febrianty, D. 2023. Pengaruh Segmenting, Targeting, Positioning terhadap Keputusan Pembelian Baju di PTM Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 463–470. doi:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Sahir, S. H. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Saparso. 2021. *Marketing Process: Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. Jakarta: Ukrida Press.
- Septiani, F. F., Suharto, A., & Tyas, W. M. 2022. Pengaruh Segmenting, Targeting, Positioning terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Banyuwangi. *JPE : Jurnal Peneliti Ekonomi*, 1(6), 21–31.
- Siregar, S. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Karsa.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudarso, S. 2022. Analisis Implementasi Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai ABG Sidoarjo. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(1), 7–16. doi:<https://doi.org/10.30587/jre.v5i1.3342>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tumini, Hendra, J., & Ranjanis, S. 2021. Pengaruh Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Sepeda Motor Matic di Kota Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 87–94. doi:<https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.842>
- Visualisasi Data Kependudukan. Diakses pada tanggal 23 Januari 2024, dalam <https://gis.dukcapil.kemendagri.go.id/peta/>
- Wawancara dengan Bapak Ario Herlambang selaku Pemilik Warkop Kamandanu Tulungagung pada tanggal 6 Januari 2024.
- Zusrony, E. 2021. *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.