

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjelisa.,Lisbeth Mananeke., & Mirah Rogi.2018. 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. 6(4).
- Arif, Nur Rianto. 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Bandung: CV Alfabeta
- Assauri, Sofjan. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta..
- Brooksbank, R., Subhan, Z., Garland, R., & Rader, S. 2015. Strategic marketing in times of recession versus growth: New Zealand manufacturers. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2014-0155>.
- Burhan, Muh Iqbal dan Muhammad Ilham. 2019. Analisis Penentuan Segmentasi, Target dan Posisi (STP) Terhadap Tingkat Penjualan Pada Cafe Paputo di Kota Parepare
- Dewi, N. P. A. Y., Antara, M., & Rantau, I. K. 2017. Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pemasaran Beras Merah Organik Jatiluwih Bali di Provinsi Bali. Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism), 6(4), 596. <https://doi.org/10.24843/jaa.2017.v06.i04.p14>.
- Diaz, A., Lusinta, A., Luluk, T., & Azizah, N. 2019. Analisis Segmenting ,Targeting Dan Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global Pada Ukm Kacang Mede “ Bawang Mas ” Surabaya. 4(2), 907–920.
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fitria Rismawati., Sri Wahyuni., & Joko Widodo.2018. Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Jember. Jurnal Pendidikan Ekonomi.13(2).
- Ghozali, I. 2014. Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali. dan Latan. 2012. Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gloria Vidia Pomantow, L. M., & Jorie, R. J. 2019. Pembelian Produk Maxx Coffee Di Hote 1 Aryaduta Manado Analysis of Segmenting , Targeting ,

and Positioning To Buying Decision of Maxx Coffee ' S Products in Aryaduta Hotel Manado. *Economics and Business*, 7(4), 3129–3138.

Graciela F.A.V Rambi, Lisbeth Mananeke., & Imelda W.J Ogi. 2020. Pengaruh Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Kepuasan Konsumen Laundry Sepatu Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. 1080-1090

Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*.  
<https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271>.

Jogiyanto. (2011). Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis VARIAN dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Jon Predianto Sihotang. 2017. Analisis Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Pada Perusahaan Asuransi Pt.(Persero) Jiwasraya, Pekanbaru. 4(1).

Kartajaya, Hermawan. (2009). *Marketing Plus Basics*. Jakarta: Erlangga, hal. 58.

Kevin, Roger A, dan Paterson, Robert A. 2015. *Pemasaran Strategik; Kasus dan Komentar*. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta Barat: Permata Puri Media.

Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*, 14E Edition. New Jersey : Pearson Education, Inc.

Kotler, P. And Armstrong, G” *principles of Marketing*”. 13<sup>th</sup> Edition, (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010), Hlm 13.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Alih Bahasa: Hendra Teguh Edisi 9. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Lishchenko, T., Shieh, M.-D., & Chen, K.-H. 2011. International Marketing Strategy of Design-Driven Companies. 2011 International Conference on Financial Management and Economics.

Meldayanoor, M., Darmawan, M. I., & Nurinayah, E. 2019. Analisis Segmenting, Targeting, Positioning (STP) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk Buah UD. Sukma Cap MD Desa Sumber Makmur Kec. Takisung Kab. Tanah Laut Kal-Sel. *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, 6(1), 9.  
<https://doi.org/10.34128/jtai.v6i1.82>.

- Najiyati, S. dan Danarti. 2007. Kopi: Budidaya dan Penanganan Lepas Panen. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Panggabean E. 2011. Buku Pintar kopi. Jakarta: Agro Media Pustaka.
- Rahardjo P. 2012. Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Jakarta : Penerbar Swadaya.
- Rudiana, D., & Lestari Komarlina, D. H. 2018. Market segmentation, targeting strategy and positioning strategy performance effects to the tourists satisfaction (Research in Pangandaran beach Pangandaran District). International Journal of Scientific and Technology Research .
- Safitra, R. 2017. Analisis Pengaruh Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. JurnaEkonomika Dan Manajemen.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sunyoto, Danang. (2013). Dasar dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS, hal.57
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.
- Widjaya, P.G. 2017. Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya. AGORA Vol. 5, No. 1, Hal. 1-8.
- Wijaya, H., & Sirine, H. 2016. Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. Ajie, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>.
- Wuryandani, S., Ismoyowati, D., & Nugrahini, A. D. 2018. STP Analysis in Marketing Pigmented Rice as Functional Food. KnE Life Sciences, 4(2), 128. <https://doi.org/10.18502/cls.v4i2.1664>.