

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, R. U. (2014). Pengaruh Café Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stillrod Café Surabaya. *Fakultas Ekonomi, Unesa*, 1–12.
- Ahmadi, N. K., & Herlina. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister, Vol 03. No.01, Januari 2017, 03(01)*, 75–95.
- Akbar, W., Tarantang, J., & Mirnawati, E. (2021). Tinjauan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal Di Kota Palangka Raya. *Jurnal Akuntanis, Manajemen Dan Bisnis, Vol.1(No.1)*, Hal 96-105.
- Angipora. (2008). Dasar-Dasar Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada.
- Anwar & Hamid. (2019). Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset *Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Produk Domestik Regional Bruto Kota Surabaya Menurut Lapangan Usaha 2018-2022. Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Bes, Fernando Trias de dan Kotler, P. (2004). Lateral Marketing. Erlangga.
- Boediman, E. P. (2022). Sosial Media Sebagai Media Baru dalam Perspektif Praktisi Public Relations Pada Era Generasi Milenial. *Avant Garde, 10(2)*, 217. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i2.2119>
- Cindy, P., Luis, U., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Pada Pt. Astragraphia Tbk Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(2)*, 2581–2590.
- Eva Juwita. (2021). Analisis Segmentasi Pasar Bank Muamalat KCP Madiun Terkait Produk Tabungan Hijrah Rencana Pada Masa Pandemi Covid-19. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Fariied, A. I., Purba, B., Hasliah, & Manaf, S. (2022). Bisnis dan Perekonomian Indonesia. Yayasan Kita Menulis.
- Ghozali & Latan. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2008). Structural Equation Modelling (Edisi kedua). Universitas Diponegoro.
- Haryono. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen (edisi pertama). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt, 13(1)*, 188–204.

- Ilmi. (2013). Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy di PT. Telekomunikasi Indonesia Cabang Kediri. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Jufrin, J., & Ismunandar, I. (2021). Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kedai Kopi Makembo. *Makro : Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 144. <https://doi.org/10.53712/jmm.v6i2.1175>
- Kementerian Kesehatan RI. (2018). Profil Kesehatan Indonesia 2017 (Vol. 1227, Issue July). <https://doi.org/10.1002/qj>
- Kota Surabaya Dalam Angka. (2023). Kota Surabaya Dalam Angka 2023. Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Kotler & Keller. (2009). Manajer Pemasaran (Edisi 13). Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). Manajemen Pemasaran (edisi 12). PT. Indeks.
- Laily Nurfadilla & Ety Dwi Susanti. (2020). Peranan Segmentasi Pasar Dalam Menentukan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bergas Coffee Surabaya. *UPN Veteran Jatim*.
- Latmawati, Yulna Dewita Hia, R. V. (2014). Pengaruh harga, Kualitas Produk, dan Selera Konsumen Terhadap Pembelian ulang beras sipulau di Kerojongn 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Wiga, Vol. 14*.
- Lestari, A. D., Baktiono, A., & Wulandari, A. (2020). The Effect of Market Segmentation Strategy On Purchasing Decisions of Panties Pizza In Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems73>
- Loindong & Sjendry. (2017). L . D . Prasetyo ., S . Moniharapon ., S . Loindong ., Pengaruh Faktor-Faktor Segmentasi ..... STORE MTC MANADO The Influence of Demographic Segmentation Factors and Psychographic Segmentation on Purchasing Decisions at Matahari Department Store MTC Manado. 5(2), 1337–1347.
- Malhotra. (2009). Riset Pemasaran (Edisi keenam). PT. Indeks.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems73>
- Milanda Nisful Laili. (2021). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Penjualan Sawi PakCoy Organik “Brejonk.” UPN Veteran Jawa Timur.
- Nur Abriani Hidayatullah. (2017). Realitas Kafe Kekinian Bagi Kalangan Mahasiswa Pada Komunitas Instameet Surabaya. *Universitas Airlangga*.

- Nurtjahjani, F., Rachmi, A., & Masreviastuti, M. (2018). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di Pt Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(2), 107. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i2.21>
- Nurul Husna. (2017). Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo. Universitas Negeri Makassar.
- Oka A Yoety. (2002). Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Pradnya Paramita.
- Philip Kotler. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler & Garry Armstrong. (2008). Prinsip - Prinsip Pemasaran (Edisi 12). Erlangga.
- Purwaningsih, R., & Kusuma Damar, P. (2015). Analisis faktor- faktor yang mempengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah (ukm) dengan metode structural equation modelling (studi kasus UKM berbasis industri kreatif Kota Semarang). *Prosiding SNST Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang*, 6(1), 7–12.
- Putri Ragil Nur Fauziyah. (2019). Prefrensi dan Gaya Hidup Mahasiswa Sebagai Kelompok Digital Native Dalam Pemilihan Tempat Belajar. *Universitas Airlangga*.
- Rury Septiyaningrum, Elfreda Aplonia Lau, E. Y. (2017). Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Matahari Department Store Plaza Mulia Samarinda. *Fakultas Ekonomi, Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, Samarinda. Indonesia.*, 1–7.
- Santika, D. (2022). Penerapan Store Atmosphere, Kualitas Makanan dan Atribut Restoran terhadap Minat Mengunjungi Kembali Gerai Restoran di Pontianak. *MABIS, Vol.13*(No. 2).
- Septiana, A. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif. Duta Media Publishing.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA.
- Suryawan, I. B. M. O., Agung, A. A. P., & Atmaja, N. P. C. D. (2022). Pengaruh Selera Konsumen, Persepsi Harga dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzi. *Jurnal EMAS*, 3(1), 46–54.
- Suwarno, E. A., & Sishadiyati. (2022). Penentuan Sektor Ekonomi Unggulan dengan Analisis Overlay di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*.

- Tjiptono & Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi Offset.
- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50–60. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.50-60>
- Wijyantini, T. M. A. P. B., & Rozi, A. F. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Di Kabupaten Jember. *Ekonomi Bisnis*, 3(2), 1.
- Yahmini, E. (2020). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Exero:Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>