

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2004. *Leveraging the Corporate Brand*. California Management Review Vol. 46, No. 3 Spring 2004, 6 – 18.
- Aderafika, S & Nuri Aslami. 2022. Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Pada Produk Kecantikan *House of Beauty* Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*.
- Ali, Hasan. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Aliami, Sri., Basthoumi Muslih, Zulistiani & Rino Sardanto. 2022. Analisis *Segmenting, Targeting dan Positioning* Pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Manajemen: Universitas Nusantara PGRI Kediri*. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/596/620>. Diakses pada tanggal 6 April 2024.
- Anggraeni, Ayu., Syariah, J. E., Ekonomi, F & Islam, B. 2021. Analisis Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Pada Cafe Berkonsep *One Stop Service* (Studi Kasus Pada Sena Cafe Kroya). *Skripsi: UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto*. <https://repository.uinsaizu.ac.id/11827/>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2024.
- A. Pearce, John II & Richard B. Robinson, Jr. 2016. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- _____. 2014. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2018. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Clancy, Kevin J. & Robert S. Shulman. 1991. *The Marketing Revolution: A Radical Manifesto For Dominating The Marketplace*. New York: Harper Bussines.
- Dayat, M. 2019. “Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan”. *Jurnal Mu'allim*, Vol. 1 No. 2.
- Fauzi Ahmad, Nengah Punia dkk. 2017. “Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)”. *Jurnal Ilmu Sosial (JIS)*, Vol. 15 No. 1.
- Gunawan, I. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktek*. Jakarta: Bumi Angkasa.
- Herru, P. W & Maryama Mira. 2021. Strategi *Segmenting, Targeting dan Positioning* Dalam Membentuk *Brand Image* Cafe Pan Java. *Jurnal Komunikasi Nusantara*. E-ISSN. 2685 - 7650. Vol. 3 No. 2 pp 129 - 139.

- Jufri, Fathul. 2017. Penerapan *Segmenting, Targeting dan Positioning* (Studi Kasus Pada Warung Bang Gentong Malang). *Skripsi*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Kasali, Rhenald. 1998. “*Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting dan Positioning*”, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____. 2005. *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kerin, Ronger A & Peterson, Robert A. 2015. *Pemasaran Strategik, Kasus dan Komentor*. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta Barat: Permata Puri Media.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P., Armstrong G. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-17 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, L. K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Erlangga, Jakarta.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan dan Budhi, M. 2015. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Andi, Yogyakarta.
- Leliga, A. G & Hongdiyanto, C. 2016. Penentuan *Segmenting, Targeting dan Positioning* Untuk Projek Indotaste. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, I(4), 425 - 431.
- Limakrisna, Nanda & Togi Parulian Puba. 2017. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, Jilid 2*. Mitra Wacana Media. Bogor.
- Mahalubi, Meylia Auretha. 2021. Studi Deskriptif Analisis Penerapan *Segmenting, Targeting dan Positioning* (STP) Pada Restoran Pirate Dinner di Tengah Pandemi. *Bachelor Thesis*, STP AMPTA Yogyakarta.
- Martha, E & Kresno, S. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Bidang Kesehatan*. Raja Grafindo Persada.
- Mujahidin, A & Ifa Khoirianingrum. 2019. Analisis *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) Pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, Vol. 2.
- Muzayyanah, Siti. 2020. Analisis *Segmenting, Targeting dan Positioning* Dalam Penjualan Kopi Di Cafe Kancakona Kopi Jember. *Skripsi: Institut Agama*

- Islam Negeri Jember*. <http://digilib.uinkhas.ac.id/6776/1/>. Diakses Pada Tanggal 11 Januari 2024.
- Nha Nguyen, Andre Leclerc, Gaston LeBlanc. 2013. *Journal of Service Science and Management*, 6, 96 – 109.
- Oktaviani, Keke. 2018. *Ngopi Sebagai Gaya Hidup Anak Muda (Studi Pada Pelanggan Coffeeshop “Ruang Kopi” Di Kota Bogor)*. Skripsi. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Ke-9. Diterjemahkan oleh Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Prabarini, A., Heryanto, B & Astutik, P. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>.
- Radjab, Enny & Jam’an, Andy. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rajab, M. 2016. Tren Pertumbuhan Coffee Shop Terus Naik, Potensi Pasar Terbuka Lebar. Diunduh dari <https://bulungan.prokal.co/read/news/4027-tren-pertumbuhan-coffee-shop-terus-naik-potensi-pasar-terbuka-lebar.html>.
- Rasmikayati, E., Pandi, P., Hepi, H., Risyad, M. I & Bobby, R. S. 2017. Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol. 3(2): 117 – 133.
- Rismawati, Fitria., dkk. 2018. Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*. ISSN 1907-9990|E-ISSN 2548-7175|Vol. 13 No. 2.
- Rizki, D. A., Munandar, J. M & Andrianto, M. S. 2013. Analisis Persepsi Konsumen dan Strategi Pemasaran Beras Anlog (*Anlog Rice*). *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 4(2): 144 - 162.
- Roscoe. 1982. *Research Methods For Business*. Mc Graw Hill.
- Rosnaini. 2018. Analisis Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) Pada PT. Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar). *Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar*. Makassar. <https://digilibadmin.unismuh.ac.id/>. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2023.
- Rosyida, A., Heryani, T., Fuadi, I & Dinia, H. 2020. “*Strategy Segmenting, Targeting dan Positioning: Study on PT. Sidomuncul*”. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(2), 99 – 124.

- Septyanto, Dihin. 2016. Pengukuran Variabel Dalam Penelitian. Program Pasca Sarjana. Universitas Esa Unggul. <https://pascasarjana.esaunggul.ac.id/index.php/2016/08/29/pengukuran-variabel-dalam-penelitian/>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023.
- Sholihah, Isna Aminatus. 2020. Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol. 8. No. 1.
- Solikatun, Kartono D. T & Dermartoto. 2015. Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat: Studi Fenomenologi pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta. 4(10): 60 – 74.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukarno, Gendut & Nurawati, Lina. 2016. “Kontribusi *Human Capital* dan *Costumer Capital* dalam Menggapai Kinerja Cafe dan Resto di Surabaya”. *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 15 No. 2.
- Suminar, J. R., Mirawati, I., Fadilah, E., Prasanti, D & Rahmawan, D. 2018. *Komunikasi Pariwisata, Media dan Budaya*. Bitread Publishing.
- Suyatna, Ari. 2022. Analisis Penerapan *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* Pada Andre Resto dan Cafe Pekanbaru. *Skripsi: Universitas Islam Riau*. <https://repository.uir.ac.id/14593/1/175210614.pdf>. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2023.
- Tania, D., Dharmayanti, D. 2014. *Market Segmentation, Targeting* dan *Brand Positioning* dari Winston Premier Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2(1): 1 - 7.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia. Malang.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset.

- Ujang, S. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Widjaya, P. G. 2017. Analisis *Segmenting, Targeting, Positioning* dan *Marketing Mix* Pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1).
- Widodo, Arry. 2019. Efektifitas *Viral Marketing* Menggunakan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee *Efectiveness Of Viral Marketing Using Electronic Word Of E-Proceeding of Management*: 6(2) (2355 - 9357), 3955 - 3962.
- Wijaya, H dan Sirine, H. 2016. *Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dan Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap*. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (Online)*. Vol 01 No 3. (<https://journal.uii.ac.id/> Diakses 26 Januari 2024).
- Wijoyo, Hadion. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Insan Cendekia Mandiri.
- Yuliana, Rahmi. 2013. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang”. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5 No. 2.