

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107.
- Amin, N., Garancang, S., dan Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Aristo, S. (2016). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. *Manajemen Dan Star-Up Bisnis*, 1(4), 441–447.
- Anggraeni, A. (2021). Analisis Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Pada Cafe Berkonsep One Stop Service (Studi Kasus Pada Sena Cafe Kroya) (*Doctoral dissertation*, UIN Prof. Kh Saifuddin Zuhri).
- Bali, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
- Bogoviz, A., Semenova, E., dan Ragulina, J. (2018). Agricultural Products' Quality. *The Future of the Global Financial System: Downfall or Harmony*.
- Bondarenko, V., and Vyshnivska, B. (2023). Promotional Marketing As A Method Of Increasing Sales. *Three Seas Economic Journal*.
- Caciulan, L., Mihart, L., Vagner, D., Vodislav, M., Ivaşcu, L., and Tamasila, M. (2023). "Evaluating the Impact of Promotional Activity on Marketing". *Scientific Bulletin of the Politehnica University of Timișoara Transactions on Engineering and Management*.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., dan Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Hamid, R., dan Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian* (1st ed.). PT. Inkubator Penulis Indonesia.
- Haq-Fawzi, G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., dan Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books.

- Harahap, W. (2021). Penerapan strategi promosi perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 6(1), 103-116.
- Harmoko, I. (2017). Strategi pemasaran produk bank syariah dalam persaingan bisnis perbankan nasional. *Waidah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1).
- Hidayat. (2017). Analisis Pengaruh Strategi *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Manajemen Dan Ekonomika*, 6.
- Husein, Umar. 2014. Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi dan Logistik*. 1(2), 121-137.
- Juliansyah, E. (2017). Strategi pengembangan sumber daya perusahaan dalam meningkatkan kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(2), 19-37.
- Juraidah, J. (2018). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpel IB Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatea Utara Medan*).
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank*. Edisi Revisi Cetakan 5.
- Kharitsah, E. (2020). Analisis Pengaruh *Marketing Public Relation* dan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Phonska Bersubsidi PT. PETROKIMIA GRESIK. *Encephale*, 53(1), 59–65.
- Khotijah, S. (2004). *Smart Strategy Of Marketing*. Bandung: CV ALFABETA.
- Kiwang, M., dan Fanggidae, R. E. (2019). Segmentasi pasar terhadap keputusan pembelian wisatawan pada rumah makan Ayam Bakar Wong Solo di Kupang. *Jurnal Makro Manajemen*, 2(1), 55-67.
- Komarudin. (1944). *Ensiklopedi Manajemen* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Konyrbekov, M., Ketebayev, I., Imashev, A., and Abayeva, G. (2021). Global experience of applying marketing strategies. *Bulletin of "Turan" University*.
- Kotler, P., dan Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2022). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (1992). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian, jilid 2*. Jakarta: Erlangga. *Manajemen Pemasaran: Analisa Pemasaran, Implementasi dan Kontrol*.
- Kurtz, B. (2019). *Overdeliver: Build a Business for a Lifetime Playing the Long Game in Direct Response Marketing*. Hay House, Inc.

- Lee, D. (2013). What is Marketing?. *Public Services Quarterly*, 9, 169 - 171.
- Lestari. (2017). Pengaruh Strategi *Segmenting, Targeting*, dan *Positioning* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merk Zoya pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI serta Dampaknya Terhadap *Brand Loyalty*. *SIMASIPTEK*, 3(1), 10–25.
- Mahrizal, M., dan Maisur, M. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Produk Wisata Kuliner di Kota Banda Aceh. *Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(1), 66–71.
- Morgan, N., Whitler, K., Feng, H., and Chari, S. (2018). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47, 4-29.
- Muharman, H. (2014). *A to Z Sukses Bisnis Rumahan*. Elex Media Komputindo.
- Muharromah, N., dan Nugroho, T. (2022). Analisis *Segmenting Targeting Positioning* dan *Marketing Mix* Zeamie pada Kelompok Wanita Tani Bunga Anggrek di Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. *Agriscience*, 2(3), 601-609.
- Mujahidin, A., dan Khoirianingrum, I. (2019). Analisis *Segmentasi, Targeting, Positioning* (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *In Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 2).
- Nurtjahjani, F., & Asminah Rachmi, M. (2017). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di Pt Telekomunikas Indonesia Cabang Malang. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(2), 107-114.
- Panwar, N. (2015). Bio-fertilizers: Demand of Agriculture. *Research and Reviews: Journal of Agriculture and Allied Sciences*, 4.
- Pomantow, A., Mananeke, L., dan Jorie, W. (2019). Pengaruh segmentasi, targeting, dan positioning terhadap keputusan pembelian produk Maxx Coffee di Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*
- Pradana, A. K. (2018). Analisis pengaruh *segmenting, targeting, dan positioning* terhadap keputusan pembelian Madu TJ di Kabupaten Boyolali. *IAIN Surakarta*.
- Pradana, F., Hufron, M., dan Rizal, M. (2020). Pengaruh Strategi, *Segmenting, Targeting, Dan Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso Di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(07).
- Prasojo, L. (2018). *Manajemen Strategi*. Buku LANTIP.
- Puspita, K., Suhartika, I., dan Ginting, R. (2022). Strategi Promosi Perpustakaan Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu*

*Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 29-33.

- Putri, I. (2023). Strategi promosi perpustakaan melalui program duta perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9(4), 11-18.
- Rahma, B., dan Herlina, N. (2020). Pengaruh brand positioning dan brand awareness terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen pengguna smartphone Samsung di Kelurahan Ciamis. *Repository Universitas Galuh*.
- Ramesh, S. (2021). The Crucial Role of Agricultural Production in Facilitating International Commerce and Trade. *International Journal of Agriculture and Animal Production*.
- Restutiningsih, N. L. P., Diarta, I. K. S., dan Sudarta, I. W. (2016). Motivasi Petani dalam Berusahatani Hortikultura di Desa Wisata Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 5(1):100-105.
- Rosyida, A., Heriyani, T., Fuadi, I., dan Dinia, H. (2020). Strategy segmenting, targeting, dan positioning: Study on PT Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1).
- Rufiana. (2021). Strategi Promosi Perpustakaan dalam Meningkatkan Pemanfaatan Pustaka di Perpustakaan IAIN Kendari. *Jurnal Literasi Perpustakaan dan Informasi*, 1(3).
- Sabu, J., Satheesh, A., and Mehendale, S. (2018). Customer Loyalty: A Methodological and Thematic Review. *Asian Journal of Management*, 9, 767-773. <https://doi.org/10.5958/2321-5763.2018.00120.8>.
- Saleh, H., dan Miah, S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
- Santoso, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 127–146.
- Sari, A. Y. U., dan Saputro, E. P. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Positioning Terhadap Loyalitas Konsumen The Executive Cabang Solo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Sari, I., dan Susanti, A. (2019). Pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen pada produk kosmetik merek X di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 123-132.
- Setiawan, W., dan Sugiharto, S. (2014). Pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.

- Sholikhah, A. (2016). Statistika Deskriptif dalam Penelitian Kualitatif. *Komunika*, 10(2), 341–362.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik Dasar* (Aliwar (ed.)). UKI PRESS.
- Sondang, S. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Sudarso, R. (2022). Analisis implementasi targeting terhadap keputusan pembelian pada Kedai ABG Sidoarjo. *CORE Repository*.
- Suhri, M. (2021). Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar: Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar. *Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 1(1).
- Suprpto, H. (2019). Analisis Strategi Pemasarann dalam Menghadapi Persaingan antar Jasa Penginapan di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan). *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 4(3), 1049–1060.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Media Pressindo.
- Syu'aibi, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Mabur Di Bank Syariah Mandiri Kcp Pandaan Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 10(2), 237-254.
- Timpal, E., Pati, A., Pangemanan, F., dan Informasi, T. (2021). Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–10.
- Widodo, H., dan Maryama, M. (2021). Strategi Segementasi, Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java. *Komunikasi Nusantara*, 3.
- Widyadhini, A., Wibawa, B., dan Ardiantoro, D. (2021). Implementasi Market Basket Analysis terhadap Strategi Pemasaran Produk: Studi Kasus PT. Petrokimia Gresik. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1).
- Widyanto. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention (Studi Pengguna Lazada Mahasiswa Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 10–20.
- Wijaya, H., dan Sirine, H. (2016). Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 1(03), 175-190.
- Yulianti, F., dan Lamsah, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV. Budi Utama.