

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Anjelisa, Mananeke., Lisbeth & Rogi, Mirah. (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 Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, (6) 4, 4073 – 4082 . Diperoleh pada 10 Januari 2020 dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php>
- Assauri, Sofjan. (1987). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Basuki, A., & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Bigo, dkk. (2021). Segmentation Targeting Positioning (STP), Communication and Price Strategies on Consumer Purchasing at PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Teknologi Informatika dan Komunikasi*, (4) 4, 2370-2375. Diperoleh pada 10 Januari 2021, dari <https://iosscience.org/index.php/mantik>
- Caroline. (2020). Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Tableware pada PT. Saint James Sales. Skripsi dipublikasikan. Universitas Buddhi Dharma Tangerang
- Dharmmesta, B. S. & Handoko, Hani. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* (Eds. 1). Yogyakarta: BPF
- Farida, Nur & Selviana, Ika. (2019). Pengaruh Strategi Segmentation, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Handphone. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, (8) 2, 136-147. Diperoleh pada 10 April 2021, dari <http://journal.aakdelimahusadagresik.ac.id/index.php/GemaEkonomi>
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Eds. 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hidayat, Ravindra Safitra. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, (6) 1, 28-43. Diperoleh pada 10 April 2021, dari <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema>

- Karamoy, Shandy Wulan. (2013). Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KPR BNI Griya. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, (1) 3, 562-571. Diperoleh pada 10 April 2021, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba>
- Kasali, R. 2011. *Membidik Pasar Indonesia Segmenting, Targeting dan Positioning*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Eds. 13) Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (1984). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian* (Eds. 4) Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lestari, Nur Laela Eva Puji. (2017). Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya. *Jurnal Manajemen Administrasi*, (1) 1, 61-66. Diperoleh pada 10 April 2021, dari <http://seminar.bsi.ac.id/simnasiptek/index.php>
- Lupiyoadi, R & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Mauliansyah, Roni. (2017). Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, (6) 2, 818-826. Diperoleh pada 10 Mei 2021 dari <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk>
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan Spss*. Skripta Media Creative
- Pomantow, G. V., Mananeke., Lisbeth & Jorie, R. J. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Maxx Coffee* Di Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, (7) 4, 3129 - 3138. Diperoleh pada 10 Januari 2020 dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php>
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- Riduwan. (2018). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta
- Setiadi, J. (2010). *Perilaku Konsumen* (Cet. 4). Bandung: Kencana
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Cet. 2)*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen (Cet. 4)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J & Limakrisna, Nandan. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis (Eds. 2)*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariant Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Yuliana, Rahmi. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, (5) 2, 79-92. Diperoleh pada 10 April 2021, dari <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal>
- Artikel:
<https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik> diakses tanggal 28 Desember 2020
- <https://www.topbrand-award.com> diakses tanggal 10 Januari 2020
- <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2019/vaseline/white-beauty.html> diakses tanggal 10 Januari 2020