

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana, Budi Rustandi Kartawinata, S. (2014). *ANALISIS POSITIONING TOP BRAND COFFEE SHOP BERDASARKAN PERSEPSI* Pendahuluan Seiring dengan meningkatnya mobilitas dan gaya hidup moderen khususnya di kota-kota besar di Indonesia , pertumbuhan coffee shop pun menjadi cukup pesat . *Coffee kopi . Kemunculann. August 2018*, 303–309.
- Amalia, K., & Nurlinda, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2383–2398.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.353>
- Amstrong, K. dan. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Budiyanto, H. (2011). *Administrasi Bisnis dan Manajemen*. 1–11.
- Fahimah, M., & Ningsih, L. A. (2022). Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement. *Benchmark*, 3(1), 43–52.
<https://doi.org/10.46821/benchmark.v3i1.283>
- Gunawan, A. I. (2013). *PENGARUH BRAND POSITIONING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SURAT KABAR PIKIRAN RAKYAT*.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.
- Irrubai, M. L. (2016). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *SOSIO-DIDAKTIKA: Social Science Education Journal*, 3(1), 15–30. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>
- Isma, A., Putu, N., Aryawati, A., Kurniaty, H., & Hut, S. (n.d.). *Tahta Media Group*.
- Kopi, Y., Serpong, G., Murti, A. K., & Kuswibowo, C. (2022). *Analisis Persepsi Konsumen Pada Produk Pisang Goreng Madu Di Coffee Shop : Studi Kasus Yoms Kopi & Gorengan Serpong*. 17(1), 1–5.
- Lenda, S., Azwar, R., & Resi, J. (2021). Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 4(1), 4.
- Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Issue Vol 58, No 1 (2018): MEI).
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2421/281>

- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan (Analysis of the effect of marketing mix to sales volume). *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13.
- Ramadhana, F. B. (2019). *Analisis Brand Positioning UKM Menggunakan Content Video Marketing*.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., Trang, I., & Strategi..., P. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado the Effect of Promotion Strategy Through Social Media, Quality of Service. 3933 *Jurnal EMBA*, 6(4), 3933–3942. <http://www.detikoto.com/>
- Rini, D. (2018). Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, 5(3), 261–278.
- 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. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/games>
- Saputra, S. T., Kadarisman, H., & Sunarti. (2017). pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pengguna Iphone. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(6), 85–95. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2084>
- Setiawan, H. (2015). pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha songket skala kecil di kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 8(2), 12–19. <https://jurnal.polsri.ac.id>
- Tiana, N. E., & Setyawati, E. (2012). Kepuasan Sebagai Mediasi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro Di Wilayah Surabaya. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 4(2), 126–140. <https://doi.org/10.37477/bip.v4i2.147>
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmentating, targeting, positioning. *Agora*, 5(1), 20–28.
- Yuliana, R. (2013). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR MATIK BERUPA SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SEMARANG*. 20(3), 36–44.
- Yuniar, G., & Purnomo, A. (2020). Pentingnya Analisis Pasar dalam Menjalankan Suatu Usaha. 20–23. <https://osf.io/4feqx/>