

DAFTAR REFERENSI

- [BPS]. Badan Pusat Statistik.2020. E-Commerce Indonesi [Internet].[Diunduh pada 2021 Oktober 18]; Tersedia pada: <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html>
- Anjelisa, A., 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 EMBA*, 6(4), 4073 –4082.
- Assauri Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Astri, F. (2022). PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OUTLET PADA SAHABAT RPK UMI DI TERMINAL PASAR BUMI HARAPAN TOLITOLI. *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 21-26. Tersedia pada : Grapadiakonsultan. (2019,Agustus 5). *4 variabel segmentasi pasar dan target pasar*. From grapadiakonsultan:<https://grapadikonsultan.co.id/4-variabelsegmentasi-dan-target-pasar/>
- Hakiki, Maryam Ayu. 2019. Penerapan Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Bintang Timur Di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Syari'ah* Volume 1, Nomor 2.
- <http://ejournal.unipma.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1009>
- <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- <https://doi.org/10.4067/S0718-18762019000100102>
- <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/475/316>
- Hulu, Budieli., Dakhi, Yohanes., & Zalogo, Erasma F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. *Mitra Kecamatan*

- Amandraya. PARETO: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis. 6 (2), 16-25.
- Laia, Serfasia, Dakhi, Yohanes, Dakhi, Paskalis. (2021). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Di UD. Lis Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. PARETO: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis. 6 (2), 36-46
- Murhadi Ria, W., & Reski Cahaya,E. (2022). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY ,KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN, WORD OF MOUTH, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TIKTOK SHOP*. Volume 16 Nomor 2. Hal 229-240.
- Rahman, M. S., Hossain, M. A., Zaman, M. H., & Mannan, M. (2020). E-service quality and trust on customer's patronage intention: moderation effect of adoption of advanced technologies. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 28(1), 39–55.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. Tersedia pada :
- Sai Vijay, T., Prashar, S., & Sahay, V. (2019). The influence of online shopping values and web atmospheric cues on e-loyalty: Mediating role of e-satisfaction. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(1), 1–15. Tersedia pada :
- Saing, Siti Mardati. 2019. *Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk "Kita" Perum Bulog Subdivre Makassar. Skripsi*. Volume 1, No. 1. Magister Manajemen Universitas Hasanuddin. Makassar
- Sorrels. 2015. *Globalizing Intercultural Communication*. California: Sage Publications, Inc
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabet
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.

- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In ke-26
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Wahyuni Tri Elis. 2017. Pengaruh Segemantasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pelanggan) Pada Bank BPR Jatim Cabang Ponorogo. *Equilibrium*. [Internet]. [Diunduh pada 18 Oktober 2021]; 5 (1) : 94-104. Tersedia pada :
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 1061–1099.
- Yazid. 2003. Pemasaran Jasa. Yogyakarta. EKONISIA Kampus Fakultas Ekonomi UII
- Yuliana, Rahmi. 2013. “analisis strategi pemasaran pada produk sepeda motor matik berupa segmentasi, targeting dan positioning serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di semarang”.