

## Referensi

1. Kiwang, I., Fanggidae, A., & Fanggidae, R. (2019). Pengaruh Segmentasi Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Pada Rumah Makan . *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 99-116.
2. Prasetyo, A., & Andjarwati, A. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, Dan Kualitas Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(9), 990-1001.
3. Sari, R., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(5), 1171-1184.
4. Tumini, T., Hendra, J., & Ranjaris, S. (2021). Pengaruh Strategi STP (Segmenting, Positioning, dan Targeting) terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 2(9), 87-94.
5. Fadhilah, M., Cahyani, P., & Nurrohmah, M. (2022). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Integrated Marketing Communications, Brand Positioning, dan Kualitas Produk. *FORUM EKONOMI*, 01(24), 65-72.
6. Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Sambal di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 03(10), 237-245. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/8633>
7. Hartuti, E., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 04(05), 1144-1149. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.538>
8. Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 02(03), 263-273. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.788>
9. Rahmasari, N., Fauzi, R., & Fatmala, I. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Sales Promotion, dan Word of Mouth pengaruhnya pada Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo di Kota Madiun. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* 4, <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3236>

10. Website Resmi Flimty – Fit Slim and Healthy. <https://flimty.com/>.
11. Flimty Official Store Shopee. <https://shopee.co.id/flimtyofficialshop>.
12. 8 Kandungan Gizi Penting untuk Hidup Sehat. <https://telemed.ihc.id/artikel-detail-152-8-Kandungan-Gizi-Penting-untuk-Hidup-Sehat.html>.
13. Yuliardi, S. (n.d.). Asia Pacific Health Inertia Survey 2021: Bagaimana di Indonesia?. <https://www.wartaekonomi.co.id/asia-pacific-health-inertia-survey-2021-bagaimana-di-indonesia>.
14. Setyadi. (n.d.). Ade Rai Resmikan Tempat Fitness Baru di Kota Tegal – Panturapost. <https://panturapost.com/ade-rai-resmikan-tempat-fitness-baru-di-kota-tegal/>.
15. Nino. (n.d.). Transformasi Sistem Ketahanan Kesehatan Di Tanah Air, Fokus Utama Hari Kesehatan Nasional  
<https://www.dprd.tegalkota.go.id/contents/detail?aWRfZGF0YT05NDMz>.
16. Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). The Principles of Marketing. (17<sup>th</sup>ed.) Harlow .
17. Sangiadj, E., & S. (2014). Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis). (1<sup>st</sup>ed.) Penerbitan Yogyakarta.
18. Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management . (15<sup>th</sup>ed.) Pearson Education.
19. Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (S. , Ed.). (2<sup>nd</sup>ed.) Afabeta Bandung.
20. Ghozali, I. (2020). Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Yoga Pratama.