

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Firmansyah, M., A. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gandasari, Ika. 2018. *Analisis Positioning Pada Galeri Elzatta Menggunakan Metode Mds (Multidimensional Scaling) Di Bandar Lampung*. Skripsi, Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya, 2018
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Paul, Peter. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Elex Media Computindo: Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Multivariat dengan SPSS* : Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Jurnal

- Anisah, S, Tony, Y., dan Faisol, F. 2021. *Perbandingan Fuzzy Sugeno dan Fuzzy Mamdani Pada Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Air Minum Dalam Kemasan Lokal dan Nasional di Madura*. Jurnal Zeta – Math Vol. 6, No. 1, Hal. 29-37. 2021.
- Hakim, A, K., dan Osa, O, S. 2017. *Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Indonesia (Studi Pada Merek Samsung, Iphone, Blackberry, Nokia)*. Jurnal e-Proceeding of Management: Vol.4, No.1, Hal. 146. 2017.
- Heriyadi. 2018. *Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points Of Difference Dan Points Of Parity)*. Jurnal AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship: Vol. 03, Issue. No. 03. 2018.
- Engkus. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi*. Jurnal Governansi, Vol. 5, No. 2, 2019.

- Imron, I, 2019. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*. Jurnal Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), Vol. 5, No. 1, Hal. 19-28. (2019).
- Korowa, E., Sontje, S, Sandra, A. 2018. *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6, No 3. (2018).
- Mas, I, G, A., dan Krisna, K, S. 2016. Analisis Positioning Produk Mie Instan Berdasarkan Persepsi Mahasiswa Politeknik Negeri Bali. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, [S.l.], Vol, 12, No. 2, Hal. 138. (2017).
- Oscar, B, dan Hilman, C, M. 2020. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army*, Jurnal Bisnis dan Pemasaran, Vol. 10, No 1. (2020).
- Pradesty, Kiki. 2018. *Faktor-faktor Positioning yang Dipertimbangkan dalam Memilih Produk Mayang Collection (Studi pada konsumen Mayang Collection Malang*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018.
- Saifuddin dan Muchammad, S, A. 2019. *Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Home Industri Kerupuk Pedas Melalui Atribut Produk Dalam Perspektif Manajemen Mutu (Studi Pada UD. Alim Rugi Desa Sono, Sidokerto Kec. Buduran, Kab.Sidoarjo, Jawa Timur)*. Jurnal Ekonomi, Vol. 4, No. 1, (2019).
- Suwardi, L, A., Herdiyana dan Salmah. *Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Club (Studi Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Club Di Kecamatan Cigombong)*. Jurnal manajemen (2019).
- Tarigan, M, I., dan Parapat, G. 2018. *Analisis Positioning E-Commerce Dengan Metode Multi Dimensional Scaling*. Jurnal Ilmiah Methonomi, Vol. 4, No. 1, Hal. 1-8. (2018).

- Tezzar, Muhammad., dkk. 2016. *Analisis Positioning Program PascaSarjana Magister Manajemen (MM) Telkom University Berdasarkan Perceptual Mapping Dengan Metode Multidimensional Scalling*. Jurnal e-Proceeding of Engineering, Vol. 3, No. 2, Hal. 2914, (2016).
- Wardani, Diah Tri. 2020. *Strategi Segmentasi, Targeting, Dan Positioning (Stp) Pada Program Acara Di Radio Dian Swara Purwokerto*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2020.
- Wattimena, A, Z., E. R. Persulesy, M. J. Masbaitubun. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran terhadap Kamera Ponsel Samsung Berdasarkan Persepsi Konsumen dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scalling*. Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan, Vol. 12, No, 1, Hal. 63–70. (2018).

Artikel

- Erjanto, C, C., Richard, A., dan Carunia, M, F. "Penentu Keberhasilan Air Minum Dalam Kemasan di Pasar", Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2020/10/06/123500026/penentu-keberhasilan-airminum-dalam-kemasan-di-pasar?page=all>. diakses 6 Oktober 2020.
- Hidayat, dedi. 2020 "Eksistensi Air Minum Dalam Kemasan di Ranah Digital, AQUA Pegang Kendali". INFOBRAND.ID. <https://infobrand.id/eksistensi-air-minum-dalam-kemasan-di-ranah-digital-aqua-pegang-kendali.phtml>, diakses 22 Januari 2020.
- Jisung, skz. "Segmentation Targeting Positioning". StuDocu. <https://www.studocu.com/id/document/universitas-tarumanagara/pengantar-bisnis/segmentation-targeting-positioning/17950002>, diakses 2022.
- Kirana, Nh. 2021. "Instrumen Pengumpul Data". Theta Statistical Consulting. <http://www.thetastatistik.com/instrumen-pengumpul-data/>, diakses 25 Juni 2021.

Riadi, Muchlisin. 2019. "Pengertian, Bentuk, Strategi, dan Langkah-Langkah Positioning". KajianPustaka.com.

<https://www.kajianpustaka.com/2019/11/pengertian-bentuk-strategi-dan-langkah-positioning.html>, diakses 28 November 2019

TV, CNBC Indonesia. "Menakar Bisnis Air Minum Dalam Kemasan", CNBC Indonesia.<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200910163333-8-185918/menakar-bisnis-air-minum-dalam-kemasan>, diakses 13 September 2020

Saptoyo, R, D, A. 2021. "Cara Membuat Daftar Pustaka". Kompas.com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/02/191038469/cara-membuat-daftar-pustaka?page=all>, diakses 2 Januari 2021.