

DAFTAR PUSTAKA

- Aswin, A., Rafiq, M., Pratama, Y. A., & Septiana, R. (2022). *Perilaku Online Impulse Buying pada Marketplace Shopee*.
- Dewi, L. A. P., Rachmawati, I., & Prabowo, F. S. A. (n.d.). *ANALISIS POSITIONING FRANCHISE BUBBLE DRINK BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA BANDUNG (STUDI PADA CALAIS, CHATIME, I-CUP, PRESOTEA, SHARETEA)*.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (n.d.). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)*.
- Kuswandari, R., Arofah, I., & Heri Setiawan, T. (2021). Analisis Positioning Merek Lipstik Berdasarkan Persepsi Konsumen dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling. *Jurnal Health Sains*, 2(5), 890–901. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i5.236>
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (n.d.). *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro*.
- Murti, F. M. (2016). ANALISIS POSITIONING SMARTPHONE BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA. *Jurnal Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.26460/jm.v5i1.182>

- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) 310 DI MAKASSAR. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1).
<https://doi.org/10.37476/massaro.v1i1.644>
- Oktavia, W., Fitri, A. N., & Nurhasanah, N. (2023). Analisis Positioning Fast Food Restaurant di Indonesia. *Journal on Education*, 5(3), 6964–6971.
<https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1483>
- Paramitasari, N., & Idayanti, V. (2021). *Analisis Positioning Aplikasi E-Wallet Berdasarkan Persepsi Konsumen di Bandar Lampung*.
- Putri, D. S., & Wahyuningsih, S. (2018). *Analisis Positioning dengan Menggunakan Multidimensional Scaling Nonmetrik (Studi Kasus :Data Persepsi dan Preferensi Konsumen Berdasarkan Merek Smartphone di Samarinda, Kalimantan Timur)*. 9.
- Ramadhan, A. Y., Wulandari, S., & Kusmayanti, I. N. (n.d.). *Perancangan Strategi Positioning Restoran Dapur Wiwi Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Metode Multidimensional Scaling dan Swot Analisis*.
- Ramadhan, F. A., & Yulianna, E. (n.d.). *ANALISIS POSITIONING TOP 4 BRAND SMARTPHONE CINA BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN DI KOTA BANDUNG TAHUN 2015*.
- S. Purnamasari, Kurniaty, Norfitriana, Zakiyah, & Rozak, P. (2022). Positioning Analysis of Chicken Rocket Mapping at Fast Food Restaurant Manarap

- Branch Banjarmasin. *EAJMR: East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.54259/eajmr.v1i1.446>
- Serena, M., Rachmawati, I., & Prabowo, S. A. (n.d.). *POSITIONING ANALYSIS OF PHABLET BASED ON CONSUMER PERCEPTIONS*.
- Syahputra, B. (2017). ANALISIS POSITIONING JASA TRANSPORTASI TRAVEL BANDUNG-JAKARTA PP BERDASARKAN PERSEPSI PELANGGAN DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 128. <https://doi.org/10.25124/jmi.v14i2.357>
- Tamba, D. (2019). APLIKASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR UNTUK MEMPREDIKSI PERILAKU MAHASISWA MEMBELI LAPTOP LENOVO (Studi Kasus: Mahasiswa FE- Unika Santo Thomas SU). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 119–145. <https://doi.org/10.54367/jmb.v17i2.411>
- Tarigan, M. I., & Gultom, P. (2018). *ANALISIS POSITIONING E-COMMERCE DENGAN METODE MULTI DIMENSIONAL SCALING*. 4(1).
- Tiasmalomo, R., Rukmana, D., & Mahyuddin, M. (2020). Analisis Positioning Pelaku Usaha Tanaman Hias di Kota Makassar. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(6), 158. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i6.1331>
- Wahidun, A. (2016). *ANALISIS ATRIBUT PRODUK SAMSUNG DAN ASUS MENGGUNAKAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING (MDS) DI BANDAR LAMPUNG*. 02.

Widjaya, P. G., & Siwalankerto, J. (2017). *ANALISIS SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING DAN MARKETING MIX PADA PT.MURNI JAYA*. 5(1).