

DAFTAR PUSTAKA

- Arpan, Y., & Rafiq, M. (2011). Percieved Quality Analysis Petani Terhadap Produk Herbisida Kontak Di Kabupaten Lampung Tengah. *JURNAL STIE GENTIARAS*, 2(2), 77-87.
- Aswin, A., & Wahidun, A. (2017). ANALISIS ATRIBUT PRODUK SAMSUNG DAN ASUS MENGGUNAKAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING (MDS) DI BANDAR LAMPUNG. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 2(2), 62-74.
- Fatharany, M., Amani, H., & Wulandari, S. (2016). Analisis Positioning Program Studi Creative Multimedia Professional Berdasarkan Perceptual Map Dengan Metode Multi Dimensional Scalling. *eProceedings of Engineering*, 3(2).
- Komala, I. G. A. M. K. (2017). Analisis Positioning Produk Mie Instan Berdasarkan Persepsi Mahasiswa Politeknik Negeri Bali. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2 Juli), 138.
- Mayvita, P. A., & Zulfikar, R. (2018). ANALISIS POSITIONING RUMAH MAKAN KHAS BANJAR BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN (Studi Pada Warung Makan Fauzan, Warung Makan Mona dan Warung Makan Idah Jaya di Banjarmasin). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1).
- Pangaribuan, O. I., Si, O. O. S. S., & SM, M. ANALISIS POSITIONING E-COMMERCE B2B2C ZALORA, BERRYBENKA, VIPPLAZA, ETCLO BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN ANALYSIS OF E-COMMERCE POSITIONING B2B2C ZALORA, BERRYBENKA, VIPPLAZA, ETCLO BASED ON CONSUMER PERCEPTION.
- Paramitasari, N. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual di Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Informatika dan

Bisnis Darmajaya Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 2(01), 83-94.

Rachman, K. A., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Positioning Marketplace Berdasarkan Persepsi Konsumen Generasi Milenial (studi Pada Tokopedia, Shopee, Olx, Bukalapak). *eProceedings of Management*, 5(2).

Rachman, K. A., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Positioning Marketplace Berdasarkan Persepsi Konsumen Generasi Milenial (studi Pada Tokopedia, Shopee, Olx, Bukalapak). *eProceedings of Management*, 5(2).

Rafiq, M. ANALISIS KEPUASAN ATAS KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK DENGAN DIAGRAM KARTESIUS.

Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106

Tarigan, M., & Gultom, P. (2018). ANALISIS POSITIONING E-COMMERCE DENGAN METODE MULTI DIMENSIONAL SCALING. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 4(1), 1-8.

Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality dan Statisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Yamin Sofyan dan Heri Kurniawan, 2014. SPSS COMPLETE. Jakarta: Salemba Infotek.