

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M. E. F. (2019). *Positioning Situs Travel Online Traveloka Menurut Persepsi Mahasiswa Di Gresik Dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scalling* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- 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.
- Budiarto, S. (2020). Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Pendekatan Mark Plus & Co di Kandatel Jakarta. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan*, 3(1).
- Gandasari, I. (2018). *Analisis Positioning Pada Galeri Elzatta Menggunakan Metode Mds (Multidimensional Scaling) Di Bandar Lampung* (Doctoral Dissertation, Iib Darmajaya).
- Hartono, R. (2017). Analisis *Positioning* Laptop Merek Asus Berdasarkan *Perceived Quality* Di Bandar Lampung (Doctoral Dissertation, Ibi Darmajaya).
- Hidayat, R. S. (2017). Analisis Pengaruh Strategi *Segmenting, Targeting* Dan *Positioning* Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 28-43.
- Ikasari, D. M., & Lestari, E. R. (2019, February). Analysis of fast food restaurant competition based on consumer perception using multidimensional scaling (MDS)(case study in Malang City, East Java, Indonesia). In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 230, No. 1, p. 012060). IOP Publishing.

- Iqbal, M. (2019). Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 127-146.
- Labaso, S. (2018). Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 289-311.
- Lestari, N. E. P. (2017). Pengaruh Strategi *Segmenting, Targeting Dan Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas Bsi Serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. *Simnasiptek 2017*, 1(1), 61-66.
- Mauliansyah, R. (2017). Pengaruh *Positioning* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 818-826.
- Marwati, M., & Amidi, A. (2019). Pengaruh Budaya, Persepsi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 168-180.
- Munyarif, A., & Sharif, O. (2017). Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Indonesia (studi Pada Merek Samsung, Iphone, Blackberry Dan Nokia). *eProceedings of Management*, 4(1).
- Putri, D. S., Wahyuningsih, S., & Goejantoro, R. (2018). Analisis Positioning Dengan Menggunakan Multidimensional Scaling Nonmetrik. *Jurnal Eksponensial*, 9(1), 85-94.
- Puspasari, M., & Wulandari, N. S. (2019). Positioning Perguruan Tinggi Swasta Di Seberang Ulu Palembang. *MOTIVASI: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 644-653.

- Ramadhan, F. A., & Yulianna, E. (2016). Analisis Positioning Top 4 Brand Smartphone Cina Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Kota Bandung Tahun 2015. *Eproceedings Of Management*, 3(2).
- Rinawiyanti, E. D., Hadiyat, M. A., & Yanto, H. (2018). Analisis Positioning Dengan Multi Dimensional Scalling (Mds) Dan Analisis Faktor Untuk Pemetaan City Car Di Makassar. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 11(1).
- Risanty, R. D., & Sopiyan, A. (2017). Pembuatan Aplikasi Kuesioner Evaluasi Belajar Mengajar Menggunakan Bot Telegram Pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta (FT-UMJ) Dengan Metode Polling. *Prosiding Semnastek*.
- Setyadi, I., & Subkhan, M. (2017). *Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Stie Widya Wiwaha Yogyakarta)* (Doctoral Dissertation, Stie Widya Wiwaha).
- Samarinda, C. H. B. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Kampanye Budaya Beberes Kfc Indonesia.
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53.
- Tarigan, M., & Gultom, P. (2018). Analisis *Positioning* E-Commerce Dengan Metode Multi Dimensional Scaling. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 4(1), 1-8.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.

Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 1(03), 175-190.

Wulandari, D. A., & Setyawati, A. (2018). Strategi Pemasaran Perusahaan Logistik. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 5(2), 95-104.

