

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, F., Wibawa, B. M., & Kunaifi, A. (2016). Analisis Strategi Positioning Merek Berdasarkan Preferensi, Persepsi, dan Kepuasan Konsumen Produk Pertamina Lubricants. *JURNAL TEKNIK ITS Vol. 5, No. 2*, ISSN: 2337-3539 (2301-9271 Print) .
- Asinda, S. D. (2013). Analyzing The Product Positioning of Women's Beauty Soap in Manado. *Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4*, 2186-2194.
- Aulia, D., & Rubiyanti, R. N. (2016). Analisis Positioning Atribut Produk Cosmetic Lokal Berlabel Halal Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Bandung Menggunakan Metode Multidimensional Scaling (Studi Pada Wardah Cosmetics, La Tulipe, Zoya Cosmetics, dan Sari Ayu).
- Calysta Skin Care Clinic. (2016). Bandung.
- Fatharany, M. (2016). *Analisis Positioning Prodgram Studi Creative Multimedia Profesional Berdasarkan Perceptual Map dengan Metode Multi Dimensional Scalling*. Bandung: Telkom University.
- Handayani, T., M, B. D., & Triwahyuningtyas, N. (2013). Analisis Perceptual Mapping Perguruan Tinggi di Jakarta Selatan.
- Indonesia, PT. Citra Cendikia. (2016, 06 17). *PT. Citra Cendikia Indonesia*. Diambil kembali dari <http://cci-indonesia.com>
- Konuk, F. A., & Altuna, O. K. (2011). Brand Positioning Through Mutidimensional Scalling: A Study in Turkish Shampoo Market. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITY STUDIES VOL. 3 NO. 2*, 193-208.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran Jilid 1 Edisi Keempat Diterjemahkan Oleh: Soleh Rusyadi Maryam*. Jakarta: PT Indeks.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran Jilid 2 Edisi Keempat Diterjemahkan Oleh: Soleh Rusyadi Maryam*. Jakarta: PT Indeks.
- Marketeers. (2016, 06 23). Diambil kembali dari <http://marketeers.com>
- Mohanty, D. S. (2012). Indian Shampoo Brand Positioning: Multi Dimensional Scaling Approach. *International Journal of Computing and Corporate Research Volume 2*.
- Murti, F. M., & Suharti. (2015). Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Manajemen Vol 5 No. 1*, 34-43.
- Mustaniroh, S. A., Mulyarto, A. R., & Murkhasanah, S. (2011). Analisis Positioning Keripik Kentang dengan Pendekatan Metode Multi Dimensional Scalling di Kota Baru. *AGROINTEK Volume 5 No.2*, 98-106.

- Octavia, E. D., & Sumowo, S. (2011). Analyzing The Product Positioning of Women's Beauty Soap in Manado. *Junal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia Volume I, No. 1*, 103-130.
- Purnomo, R. E., Wahyudin, U., & Karimah, K. E. (2012). Relationship between Positioning Blackberry Always On, Always Connected with Blackberry Brand Image. *eJurnal Mahasiswa Padjadjaran Vol. 1 No. 1*, 1-15.
- Rizal, S. S., Hendrartini, J., & W, Y. A. (2010). Positioning Analyses on Neurology Clinic Services in Bethesda Hospital, Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Prima Vol. 2 No.2*, 8-16.
- Sahoo, D. K., & Das, M. (2013). A Study on Fairness Cream Brand Positioning in Odisha with Multi Dimensional Scaling Approach. 24-27.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharja, H. M. (2016). *Analisis Positioning Program Studi Reguler Magister Teknik Elektro Telkom University Berdasarkan Perceptual Mapping Dengan Metode Multidimensional Scaling*. Bandung: Telkom University.
- Syahputra, B. (2014). Analisis Positioning Jasa Transportasi Travel Bandung-Jakarta PP Berdasarkan Persepsi Pelanggan Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Indonesia Vol. 14 No. 2*, 128-139.
- Top Brand Award*. (2016). Diambil kembali dari <http://www.topbrand-award.com>
- Wirajaya, A., Sukaatmadja, I. G., & Jawas, A. (2013). Analisis Positioning Layanan BCA Cabang Kuta. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 7, No. 2*, 96-106.
- Zuraida, L., & Novitasari, D. (2014). Analisis Positioning dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UGM. *Jurnal Riset Manajemen Vol. 1, No.2*, 21-30.