

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiana, T. P. (2013). Analisis *Positioning* Layanan Speedy PT Telkom Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Metode Multidimensional Scaling.
- Agus. (2012). *Penerapan Analisis Multivariat dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Media.
- Auken, S. V., & Lonial, S. C. (2015). Multidimensional Scaling and Retail Positioning : An Appraisal. *International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 19 Iss 3 pp*, 11-18.
- Azwar, S. (2000). *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Churchill, J., Gilbert, A., & Peter, J. P. (2012). *Marketing: Creative Value for Customers*. Burr Ridge: Austin Pree.
- Fathurahman, F. (2017). Perancangan Atribut Program Radio K-Lite FM Berdasarkan Preferensi Masyarakat Bandung dengan Menggunakan Metode Conjoint .
- Hair, J. F., William, B. C., Barry, B. J., & Rolph, A. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. In: s.l. Prentice Hall.
- Herman, R. T. (2010). Penerapan Model Multidimensional Scaling dalam Pemetaan *Brand Positioning* Internet Service Provider. *Journal The Winners, Vol.11 No.1*, 81-93.
- Kartajaya, H. (2005). *Hermawan Kartjaya on Positioning*. Jakarta: Mizan.
- Kholil, Dharoko, T., & Widyati, A. (2014). Pendekatan Multidimensional Scaling untuk Evaluasi Keberlanjutan Waduk Cirata - Provinsi Jawa Barat.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Indonesia: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12* . Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Malhotra, N. (2005). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta: PT.Index.
- Masuku, T. J., Paendong, M. S., & Langi, Y. A. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Produk Sepatu Olahraga di Sport Station Megamall dengan Menggunakan Analisis Multidimensional Scaling.
- Mattjik, A. A., & Sumertajaya, I. M. (2011). *Sidik Peubah Ganda*. Bogor: IPB.
- Mohanty, D. S. (2012). Indian Shampoo *Brand* Positioning: Multidimensional Scaling Approach. *International Journal of Computing and Corporate Research Volume 2*.
- Niculescu, M. (2006). Strategy Positioning in Romanian Higher Education. *Journal of Organizational Change Management, Vol.19 Iss 6, 725-737*.
- Pertiwi, A. (2014). Analisis Positioning Speedy di Kota Bandung Tahun 2014 Berdasarkan Perceptual Mapping Menggunakan Metode Multidimensional Scaling.
- Sari, A. P. (2017). Perancangan Positioning Calysta Skin Care Clinic Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Multidimensional Scaling.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business : A Skill Building Aproach*. New York-USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudono, S. (2017). Analisis Positioning Radio Zora Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Metode Multidimensional Scaling. *E-Proceeding of Engineering : Vol. 4, No.2, 2960*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2015). *Statistik Non Prametrik 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.

- Suharyati, & Febri, A. (2013). Analisis Perceptual Mapping Terhadap Produk Sepeda Motor Sport.
- Widodo, P. B. (2006). Realibilitas dan Validitas Konstruk Skala Konsep Diri Untuk Mahasiswa Indonesia. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro Vol.3 No.1*, 1-9.
- Zuraida, L., & Novitasari, D. (2014). Analisis Positioning dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UGM.