

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnould, E., Price, L., & M Zinkhan, G. (2002). *Consumers*. New York: Mc Graw-Hill.
- Borg, W. R., & Gall, M. D. (2003). *Educational Research (Seventh edition)*. New York: Pearson Education, Inc.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (Seventh Ed)*. New York: Pearson Pretince Hall International Inc.
- Herman, R. T. (2018). Penerapan Model Multidimensional Scaling Dalam Pemetaan Brand Positioning Internet Service Provide. *Journal the Winners*, 11(1), 81–93.
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya on Positioning Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT.Mizan Pustaka.
- Konuk, F. A., & Altuna, O. K. (2011). Brand Positioning Through Multidimensional Scaling: a Study in the Turkish Shampoo Market. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 3(2), 193–208.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT.Prehallindo.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Pretince Hall.
- Kurniawan, H. W. (2016). Rancangan Strategi Pemasaran Sepatu Merek “ X ” Dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling. 4(02), 69–79.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: An Applied Approach*. Pearson Pretince Hall.
- Masuku, T. J. (2014). Persepi Konsumen Terhadap Produk Sepatu Olahraga Di Sport Station Megamall Dengan Menggunakan Analisis Multidimensional Scaling. *Jurnal Ilmiah Sains*, 14(2), 68–72.
- Niculescu, M. (2006). Strategic positioning in Romanian higher education. *Journal of Organizational Change Management*, 19(6), 725–737.
- Sarwono, J. (2011). *Buku Pintar IBM SPSS Statistic 19*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–143.