

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti. (2013). ANALISIS CONJOINT PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KOMBINASI FITUR PRODUK MOTOR BEKAS BERDASARKAN SEGMENT GENDER DI JAMBI. *The WINNERS*, 71-76.
- Julianisa, R. D., Safitri, D., & Yasin, H. (2016). ANALISIS KONJOIN FULL PROFILE DALAM PEMILIHAN BEDAK UNTUK MAHASISWI DEPARTEMEN STATISTIKA UNIVERSITAS DIPONEGORO. *GAUSSIAN*, 747 - 756.
- Kotler, & Keller, P. a. (2016). Small Business Marketing . *Marketing Management*.
- Kotler, P. &. (2014). Principles of Marketing. *Harlow: Pearson*.
- Kotler, p., Keller, K. L., Brady, M., & Goodman, M. (2019). Marketing Management. *Pearson UK*.
- Idrus, M. (2006). MENGENAL MULTI DIMENSIONAL SCALING. *PSIKOLOGIKA*, 137-148.
- Leonardo. (2017). PERBANDINGAN PENERAPAN CONJOINT ANALYSIS UNTUK MENEMUKENALI PREFERENSI PENGGUNA PADA RISET ARSITEKTUR. *kreasi*, 121-142.
- Malhotra, N. K. (2017). Marketing Research : An Applied Approach 5th Edition. *Pearson Education Limited*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Alfabeta* .
- Sugiyono, P. D. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. *Penerbit Alfabeta*.
- WINGDES, I. (2012). CONJOINT ANALYSIS PADA PRODUK DENGAN. *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA*, 41-50.

- Wulandari, S., & Sari, F. M. (2019). PENERAPAN ANALISIS KONJOIN UNTUK MENENTUKAN PREFERENSI MASYARAKAT KOTA PADANG TERHADAP PENGGUNAAN JASA OJEK ONLINE TAHUN 2019. *Statistika*, 124 - 132.
- Zhou, X. &. (2019). Conjoint analysis of consumer preferences for dress design. *International Journal of Clothing Science and Technology*.