

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (2nd ed.). Andi.
- george edward belch, M. belch. (2009). Advertising and Promotion (An Intergrated Marketing Communications Perspective). In *Marketing Communications* (Issue January 2009).
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. PT. Buku Seru, Jakarta.
- Kartajaya., H. (2008). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler Philip, Hermawan Kartajaya, I. S. (2007). *marketing 3.0 From Products to Customers to the Human Spirit*.
- Paul, F. (2007). *Marketing Strategy, (The Difference Between Marketing and Markets)*.
- Philip Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 J). Erlangga.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, A. M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). Manajemen Pemasaran. Cv. *Media Sains Indonesia*, www.penerbit.medsan.co.id
- Fandy Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (2nd ed.). Andi.
- M. belch. (2009). Advertising and Promotion (An Intergrated Marketing Communications Perspective). In *Marketing Communications* (Issue January 2009).
- Ghozali, I. (2005). Analisis Multivariate dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. PT. Buku Seru, Jakarta.
- Hururiyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas*. CV Alfabeta.
- Kartajaya., H. (2008). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mohsin Hassan. (2016). : *A Manual for Selecting Sampling Techniques in Research*
- M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). Manajemen Pemasaran. Cv. *Media Sains Indonesia, 1*, 1–38. www.penerbit.medsan.co.id

- Sri Meutia, bakhtiar, Putri Narisa Lia (2017). *Analisis Positioning Product Kopi Gayo Berdasarkan Persepsi Konsumen Coffee Shop Raja Kupa Aceh, Black Castle Dan Station Coffee Di Kota Lhokseumawe*
- Aditya Wardhana, Budi Rustandi Kartawinata, S. (2014). *Analisis Positioning top Brand Coffee Shop Berdasarkan Persepsi Pelanggan Di Kota Bandung.*
- Fakhri Anggara, Berto Mulia Wibawa, dan A. K. (2016). *Analisis Strategi Positioning Merek Berdasarkan Preferensi, Persepsi, dan Kepuasan Konsumen Produk Pertamina Lubricants.*
- Anaseputri Jamira, 2017. *Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Studi Kasus Keripik Kentang Leo*
- Windy Megawe, 2013. *Analysis Of Product Positioning On Soap Products In Manado*
- Oviyan Patra & Yustariliska Vilestina Putri (2020) “*Positioning Analysis of Automotive Mold & Dies Industry Business Using Multidimensional Scaling Method in PT. Duta Panitra Serco*”
- Ahmad Nurdin Hasibuan, Dkk (2017) “*Analisis Positioning Pemetaan Marketplace Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Jakarta Selatan*”
- Rini Kuswandari Dkk, (2017) “*Analisis Positioning Merek Lipstik Berdasarkan Persepsi Konsumen Dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling*”