

DAFTAR PUSTAKA

- Gigauri Iza. (2019, April). *Perceptual Mapping as a Marketing Tool for Brand Positioning*. *SSRG- International Journal of Economics and Management Studies*, 6(4), 73-79.
- Gultom, P., & Tarigan Irani, M. (2018). Analisis *Positioning E-Commerce* Dengan Metode *Multi Dimensional Scaling*. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 4(1), 1-8.
- Kasali, R. (2012). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). In *Marketing Management*. Global Edition United Kingdom: Pearson Education.
- Lembang, F. K., Leunupun, A., & Talakua, M. (2016, Maret). Analisis Peta *Positioning* untuk Restoran Berdasarkan Persepsi Pelanggan dengan Menggunakan Metode *Multidimensional Scaling* (Studi Kasus: Restoran Ambon City Center Passo). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 10(1), 47-54.
- Mas Krisna Komala Sari, I. (2016, Juli). Analisis *Positioning* Produk Mie Instan Berdasarkan Persepsi Mahasiswa Politeknik Negeri Bali. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 138-145.
- Pratama, D., Samanhudi, D., & Suryadi, A. (2020). Analisa *Positioning Lipstick* Merek W, R, MA, ME, dan LA Berdasarkan Persepsi Konsumen dengan Metode *Multidimensional Scaling*. *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, 1(20), 118-129.

- Schiffman, & Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wibisono, F., Rohayati, Y., & Sagita, B. (2020, Agustus). Perancangan Perbaikan *Positioning* Produk *T-Shirt Vrill Industries* Berdasarkan *Perceptual Mapping* Menggunakan Metode *Multidimensional Scaling*. *e-Proceeding of Engineering*, 7(2), 5987.
- Yanto, H., Hadiyat, A., & Dwi Rinawiyanti, E. (2018, April). Analisis *Positioning* Dengan *Multi Dimensional Scalling* (Mds) dan Analisis Faktor Untuk Pemetaan *City Car* Di Makassar. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 11(1), 1-11.
- <https://www.wartaekonomi.co.id/>
Diakses pada tanggal 21/02/21 pukul 09.35 WIB
- <https://instantnoodles.org/jp/>
Diakses pada tanggal 21/02/21 pukul 10.12 WIB
- <https://www.bps.go.id/>
Diakses pada tanggal 25/02/21 pukul 08.37 WIB
- <https://lokadata.id/>
Diakses pada tanggal 25/02/21 pukul 11.22 WIB

<https://www.hometesterclub.com/>

Diakses pada tanggal 06/03/21 pukul 15.00 WIB

<https://www.google.com/>

Diakses pada tanggal 06/03/20 pukul 16.18 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

Diakses pada tanggal 19/03/21 pukul 10.14 WIB

<http://www.indomie.com/>

Diakses pada tanggal 12/06/21 pukul 14.07 WIB

<https://abcpresident.com/>

Diakses pada tanggal 12/06/21 pukul 19.45 WIB

<http://p2kp.stiki.ac.id/>

Diakses pada tanggal 18/06/21 pukul 09.25 WIB

<https://id.wikipedia.org/wiki/Sarimi/>

Diakses pada tanggal 18/06/21 pukul 10.10 WIB

<https://www.indofood.com/product/sarimi/>

Diakses pada tanggal 18/01/21 pukul 11.00 WIB

<http://www.supermi.co.id/>

Diakses pada tanggal 19/06/21 pukul 13.29 WIB

<https://id.wikipedia.org/wiki/Supermi/>

Diakses pada tanggal 19/06/21 pukul 14.00 WIB

<http://www.mannakampus.com/allprofil.html/>

Diakses pada tanggal 29/06/21 pukul 10.14 WIB

<https://hbr.org/2015/06/a-better-way-to-map-brand-strategy/>

Diakses pada tanggal 03/09/21 pukul 13.43 WIB

<https://www.indofoodcbp.com/brand/noodles/>

Diakses pada tanggal 01/11/21 pukul 11.43 WIB

<https://abcpresident.com/id/about/>

Diakses pada tanggal 01/11/21 pukul 12.00 WIB

