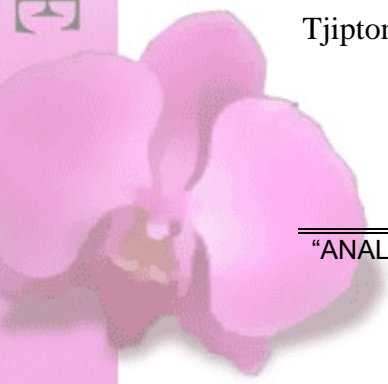


DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Kedua. Rineka Cipta. Jakarta.
- Amirullah, 2012, *Manajemen Strategi: Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Amirullah, Widayat. 2002. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang : CV. Cahaya Press
- Achmadi dan Narbuko. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Bintua Sahala Sitohang (2011), *Analisis Keputusan Pembelian yang Dipengaruhi oleh Positioning dan Perceived Quality pada Produk Pembalut Wanita Merek Laurier (Studi Kasus Mahasiswa STIKES Elisabeth Medan)*
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2010. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Frendy Prasetya (2011), *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda Di Semarang)*.
- Jogiyanto. Hartono, 2004 “*Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*”.BPFE , Yogyakarta.
- Hermawan Kartajaya, Yuswohady, Jacky Mussry, dan Taufik. 2004. *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, (online). (<http://books.google.co.id/>, diakses pada tanggal 18 Januari 2012)
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodologi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jame, Keegan,Warren,. 2012 *Marketing Promotion*. Edisi Ketiga. Jakarta. Penerbit Alex Medis.
- Kotler, Philip, 2007. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2. Erlangga: Jakarta.
- Kotler & Garry Amstrong, 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran* ,Jilid 1. Prenhallindo: Jakarta.



- Kotler, Philip. 2008. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Laely, Hasma, Mustain (2012): Analisis pengaruh strategi positioning terhadap keputusan pembelian pada konsumen starbucks coffee di Makassar.
- Purnama, Jaka, Pradana. 2002. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian”. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Paul N. Bloom, dan Louise N. Boone. (2006). Strategi Pemasaran Produk. Prestasi Pustaka Publisher, Jakarta.
- Rhenald, Kasali, 1998, “Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning”, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rahmah Dwi Astuti, 2016, Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Milkmax Purwokerto Kabupaten Banyumas, Akultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto.
- Prihatini, Yuli. 2008. Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia. Skripsi. Bandung.
- Santoso, Singgih. 2012. Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Suprapti. W. (2010). Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran. Bali : Udayana University Press.
- Sumarwan, Ujang. (2003). “ Perilaku Konsumen “. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sevilla, Consuelo et, Al. 1993. Pengantar Metode Penelitian. Jakarta : Universitas Indonesia Press
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategy Pemasaran, penerbit: Andi offset, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta.



Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesembilan. Bandung: CV Alfabeta.

Sanusi, Anwar, 2003, *Metodologi Penelitian Praktis Untuk Ilmu sosial dan Ekonomi*, Edisi Pertama, Penerbit Buntara Media, Malang.

Sudjana, 201, *Metode Statistika*, Bandung: Penerbit Tarsito.

Sumarwan Ujang, 2012, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia Jakarta

