

Daftar Pustaka

- Abdi, H., & Williams, L. (2010). Principal componenet analysis . *Wiley interdisciplinary reviews : Computational statistics*, 433.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 121-130.
- Apriyani, R., Sari, N., & Rafika, I. (2015). Karakteristik Mutu Kulit Dim Sum Hakau Yang Difortifikasi Dengan Tepung Rumput Laut Yang Berbeda.
- Arif, M. (2017). *Pemodelan Sistem*. Yogyakarta: deepublish.
- Ary, M. (2015). Menentukan Prioritas Pilihan Mahasiswa Dalam Memilih Kampus Menggunakan Analisis Conjoint. *Jurnal Informatika no.2*.
- Asfandita, E. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga dan suasana toko terhadap keputusan pembelian Mie Setan Noodle And Dimsum Gresik. *Undergraduate thesis*. Retrieved from <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/44804>
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. In *Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azliani, A., Howarda, D., & Sulmi, S. (2022). Data Preferensi Mahasiswa Dalam Mengkonsumsi Jajanan Siomay Di Depan Kampus Universitas Tadulako. *Agrotekbis : E-Jurnal Ilmu Pertanian, 1*. Retrieved Juli 24, 2022, from <http://103.245.72.23/index.php/agrotekbis/article/view/1176>
- Bank, J. (1992). *The Essence of Total Quality Management*. UK: Prentice Hall.
- Belch, G., & Michael A, B. (2012). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. In *Global Edition*. New York : McGraw-Hill.
- Cancer, N. (2019). Variasi Dimsum (点心 dianxin) Sebagai Makanan Khas Cina. doi:<http://repository.unsada.ac.id/id/eprint/634>
- Darmawan, G. (2009). Aplikasi Analisis Korespondensi Untuk Melihat Perkembangan Pembangunan Wilayah Di Kabupaten Sumedang. Fmipa Uny. Retrieved from https://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2010/01/aplikasi_analisis_korespondensi.pdf

- Dea, S. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2316/2321>
- Dewi, B. K. (2017). Persepsi Remaja Pada Jenis-Jenis Produk Makanan Masa Kini Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Remaja Pada Dimsum House Di Jalan Gelap Nyawang Kota Bandung. Retrieved 2022, From <Http://Repository.Unpas.Ac.Id/Id/Eprint/27714>
- Epingers, U. d. (2001). *Perancangan dan Pengembangan Produk*,. Jakarta: Salemba Teknik.
- Fauzy, A. (2008). *Statistik Industri*. Jakarta: Erlangga.
- Hafidz, A. Z. (2007). Skripsi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. Malang: UIN Maliki Malang.
- Handaru , A., & Pagita, M. (2015). Karakteristik Entrepreneur Melalui Multiple Diskriminan Analisis (Studi Pada Etnis Tionghoa, Jawa dan Minang di Bekasi Utara). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Retrieved from <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/download/538/465>
- Heriyadi. (2018). Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (*Points of Difference dan Points of Parity*) (Vol. 3). Retrieved from <https://www.gooto.com/read/1051222/gai>
- Idrus, M. (2006, Juli). Mengenal Multidimensional Scaling. *Psikologika Nomer 22 Volume XI*, p. 137.
- Indarti, R. (2018). Pengaruh Pemilihan Daging Ayam Terhadap Pembuatan Dim Sum Di Restaurant Tang Palace Hotel Jw Marriot Surabaya. *Sekolah Tinggi Pariwisata Satya Widya Surabaya*, 2. Retrieved from <https://docplayer.info/91639681-Pengaruh-pemilihan-daging-ayam-terhadap-pembuatan-dim-sum-di-restaurant-tang-palace-hotel-jw-marriot-surabaya.html>
- James, A., & Kalu, T. (2015). Positioning Strategies and Competitive Advantage in Nigeria's Airline Industry. In *Journal of Business Management and Economics (JBME)* (p. 3).
- Kondo , F., Leunupun2, A., & Talakua, M. (2016, Maret). Analisis Peta Positioning Untuk Restoran Berdasarkan Persepsi Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling. *Jurnal Ilmu*

- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. In *Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Leisember, E. (2017). Pengaruh Brand Characteristic dan Positioning Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional Veteran. 130-141.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research An Applied Oriantaion Seventh Edition*. United Kingdom: Pearson.
- Malhotra, N., Nunan, D., & F. Birks, D. (2016). *Marketing Research*. In *An Applied Approach Fifth Edition*. United Kingdom: Pearson.
- Molnar, P. (2020). Food Quality Indices. *Food Quality and Standards, 2*. Retrieved 2022, from <https://www.eolss.net/sample-chapters/c10/E5-08-04.pdf>
- Nastiti, N. (2016). Pengaruh Penggantian Tepung Terigu Dengan Tepung Kacang Merah (*Phaseolus vulgaris L.*) Terhadap Organoleptik Kulit Siomay.
- Niculescu, M. (2006). Strategic Positioning in Romanian higher education. *Journal of Organizational Change Management, 725*.
- Nilam, A. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Citra Merek Mie Sedaap Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Citra Jaya Kota Sorong. *Perkusi Pemasaran Keuangan dan Sumber Daya Manusia*.
- Pratiwi, P., & Marino, S. (2021). Implementasi Strategi Diferensiasi Pada Produk Dimsum Mulyadi Di Bringin Semarang. Retrieved 2022, From [Http://Eprints.Ums.Ac.Id/Id/Eprint/92739](http://Eprints.Ums.Ac.Id/Id/Eprint/92739)
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika, 5*.
- Putri, N. E. (2022). Strategi Pengemasan Pesan E-Marketing Pada Food Vlogger. *Commercium, 05, 2*. Retrieved Agustus 2022

- Rachma, B. R. (2021). The Sensory And Protein Test On Dimsum Processes Shrimp. (D. o. Analysis, Ed.) doi: <https://doi.org/10.37341/interest.v0i0.366>
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins. (2016). *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Robbins, S. P. (2012). *Managment*. New Jersey: Pearson.
- Rodiyah, G. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Baper Dimsum Melalui Media Sosial Instagram. Doi: [Http://Repository.Unpas.Ac.Id/Id/Eprint/56021](http://Repository.Unpas.Ac.Id/Id/Eprint/56021)
- Selvie, N. (2015). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*, 4.
- Soegoto, D. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Trisatya.
- Soetanto, J. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial di Semarang. Retrieved 2022, from <http://repository.unika.ac.id/14957/>
- Stanton, W. J. (2000). Prinsip - prinsip Pemasaran. In *Jilid 1 Edisi ke 3*. Jakarta: Erlangga.
- Statistik, B. P. (2021). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from <https://sirusa.bps.go.id/sirusa/index.php/variabel/6783>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutojo, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Syahrul, E. (2013). Analisis Multidimensional Scaling pada Kabupaten di Papua berdasarkan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Tahun 2013. 2.
- Tijptono, F. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- Wheelen, & Hunger. (2003). *Strategic management and public policy*. USA: Addison.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy, 13th edition*. New York: Pearson.

Wijayanti, A. (2019). Perbandingan Dimsum di Tiga Tempat. Retrieved 2022, from <http://edocs.ilkom.unsri.ac.id/id/eprint/4053>

Wind, J. (2014). Positioning Analysis And Strategy. 389.