

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. d. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi Cetakan 5)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Akbar, A. (2018). Analisis Perceptual Mapping Pada Merek Pakaian Pria Uniqlo. *Jurnal Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya*.
- Apple Inc. (2022). *About Apple*. <https://www.Apple.com/about/> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2023).
- Asus Indonesia. (n.d.). (Diakses pada 13 Mei 2023), dari <https://www.Asus.com/id/>
- Batan, F. (2012). *Dasar-Dasar Desain Produk*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Borg, I. & Groenen, P. (2005). *Modern Multidimensional Scaling: Theory and Applications*. Springer Science & Business Media.
- Chandra, C. R. L. (2018). *Analisis Peta Persepsi Atribut Produk Smartphone Menurut Konsumen Di Kota Semarang (Studi pada Merek Samsung, Blackberry, Nokia, iPhone, dan Smartfren)* (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Dewi, M., & Jatra, I. (2013). Analisis Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk Susu Ultra Pasteurisasi di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2(6), 2221-2251.
- Elahi, M. (2011). A model for brand positioning of hygienic products using the most effective factors on competitive position and perceptual map technique. *Doctoral Dissertation*, Program Manajemen dan Bahasa, Departemen Manajemen Bisnis, Universitas Heriot-Watt, Edinburgh, UK.
- Fatmayuslia, V. A. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Pendekatan Perceptual Mapping Pada Konsumen Dalam Persaingan Pasar Ubin Keramik di Surabaya. *Jurnal Manajemen*.
- Fitriani, A., & Atika, Y. (2020). Strategi Pemasaran PT. Advan Digital Indonesia dalam Persaingan Pasar Smartphone Android. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 1-15.

- Gigauri, I. (2019). Perceptual Mapping as a *Marketing* Research Tool for Brand Positioning. *International Journal of Economics and Management Studies*, Vol. 6 Issue 4, 73-79.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis with readings*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hasdar, M. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hidayat, R. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 1-8.
- Hybrid.co.id – Lukman Azis. (2023). IDC: Penjualan Tablet Turun 3,3% Pada Tahun 2022, Chromebook Terjun 48%. <https://hybrid.co.id/post/idc-penjualan-tablet-turun-33-pada-tahun-2022-chromebook-terjun-48>. (Diakses pada tanggal 22 Agustus 2023).
- Jatra. (2013). Peran Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Dampaknya pada Keuntungan Bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 1(1), 1-14.
- Kartajaya, H. (2008). *Marketing Plus: Menyatukan antara Komunikasi, Pelayanan, dan Pemasaran untuk Memenangkan Pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kruskal, J. B., & Wish, M. (1978). *Multidimensional Scaling*. Sage publications.
- Kotler, P. d. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 4 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons. Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. 17th Edition. Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Education. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kurniawan, P., & Sidharta, I. (2016). SERVQUAL on Brand Image and Relationship Equity. *Review of Management and International Marketing*, 6(4). 866-871.
- Lenovo. (n.d.). *Our Company*. (Diakses pada 12 Mei 2023), dari <https://www.Lenovo.com/us/en/about>
- Lovelock, C. & Wright, L. (2001). *Principles of service Marketing and management*. Prentice Hall.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research) (Edisi 4 Jilid 1)*. New Jersey, Indonesia: PT. Indeks.
- Mead, R. (1992). The application of Multidimensional Scaling to Survey Data. In J. Jobson (Ed.), *Applied Multivariate Data Analysis* (pp. 25-42). Springer US.
- Melwinda, W., & Moeliono, N. K. (2017). Analisis Peta Persepsi Pemilihan Atribut Produk Laptop di Kalangan Mahasiswa Universitas Telkom Kota Bandung. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 10(1), 51-64.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Mulyatiningsih, E. (2012). *Metodologi Penelitian Keperawatan: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Salemba Medika.
- Najafizadeh, E. M. (2012). A model for brand positioning of hygienic products using the most effective factors on competitive position and perceptual map technique. *Journal of Business Management*, Vol. 6 27.
- Nigam, A. & Kaushik. (2011). Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decisions : An Emprical Investigation With Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Hayana. *International Journal of Computational Engineering & Management*.
- Nigel, C. & Cravens. (2011). *Strategic Marketing (Edisi 10)*.

- Njo, A. (2013). Peta Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Rumah Tinggal di Surabaya. *Jurnal Program Manajemen Keuangan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- Oktaviani, R. D., & Supriono, A. (2017). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemetaan Persepsi Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Permata Bunda Semarang). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 5(1), 1-10.
- Ordun, G. (2015). Millennial (Gen Y) consumer behavior their shopping preferences and perceptual maps associated with brand loyalty. *Canadian Social Science*, 11(4), 40-55.
- Pineda, J. (2020). *Generasi Z: Profil, Karakteristik, dan Tantangan dalam Era Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pirog, K. &. (2019). An In-Class Assignment on Multidimensional Scaling: Creating Perceptual Maps of Current Movies. *Business Education Innovation Journal*, Vol. 11.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadani, V. and Nazarudin, M. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ratnawati. (2002). Analisis Pemetaan Persepsi sebagai Strategi Pengembangan Produk (Studi Kasus pada CV. X). *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 1(1), 29-35.
- Ratnawati. 2013. *Pemasaran Strategik dan Implementasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Reza, A. F. (2008). Peta Persepsi Multi Atribut dari Penyedia Jasa Transportasi menuju Bandara Soekarno Hatta di Kota Bandung. *Jurnal Program Bisnis Strategi dan Riset Pemasaran*, Vol. 2.
- Samsung. (n.d.). *Computing*. <https://www.Samsung.com/global/computing/>. (Diakses pada 13 Mei 2023).
- Schiffman, K. & Kanuk. (2010). *Consumer Behavior (Edisi 10)*. New Delhi: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behavior (10th ed.)*. Pearson.

- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Edisi 4 Jilid 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill building approach* (6th ed.). John Wiley & Sons.
- Simamora, B. (2005). *Analisis multivariat: Teori dan aplikasi pada penelitian bisnis*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Subagio, I., Wibowo, A., & Rizal, S. (2015). Analisis Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Supermarket X di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), 131-142.
- Subramaniam, A. S. (2019). Multi-dimensional Scaling and Brand Image Analysis of Select Consumer Durable Products Based on Consumer Perception in Wilayat of Nizwa, Sultanate of Oman. *Arabian Journal of Business and Management*, Vol. 9 Issue 2.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi. Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suharman. (2005). *Psikologi Persepsi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Sungkar, S. and Budiarmo, A. (2012). *Pemasaran Produk*. Jakarta: Kencana.
- Supranto. (2012). *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Syahputra, R. (2014). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy S4. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1), 1-7.

- Tjiptono, Fandy. (2010). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Udayana, E. D. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- V. Wiratna Sujarweni. (2014). *Research Methodology: Metode Penelitian untuk Bidang Ekonomi, Akuntansi, dan Manajemen*. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Website Telkom University. (2023). <https://telkomuniversity.ac.id/>
- Wilson, R. M. S., & Gilligan, C. (2005). *Strategic Marketing Management: Planning, Implementation and Control*. Elsevier.
- Wiwik, N. (2017). Analisis Peta Persepsi Pemilihan Atribut Produk Laptop di Universitas Telkom. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, Vol. 10 51-64.
- Yusuf, W. S. (2021). *MDS-RAPS Teknik Analisis Berkelanjutan*. Indonesia: TOHAR MEDIA.
- www.bps.go.id www.topbrand-award.com www.pmb.brin.go.id www.Apple.com