

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningrum, D., & Lestari, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3).
- Alam, N., & Tui, S. (2022). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Pada Perusahaan Manufaktur. *Journal Of Management*, 5(3).
- Andi, A. Y. K., Setyowati, L. (2024). Efektivitas Penggunaan Influencer dalam Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(4), 57–63. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i4.362>
- Atha, G., Wulandari, S., & Sagita, B. H. (2022). Perancangan Perbaikan Positioning Karleen Hijab Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling (MDS) dan SWOT Analysis. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4).
- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G., Powell, I., & Waller, D. (2020). *Advertising: An Integrated Marketing Communication Perspective* (4th ed.). McGraw-Hill Education.
- Budiharjo, B. A., & Aryati, I. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnal Dimensi*, 13(1).
- Falda, N., Wulandari, S., & Rendra, M. (2021). Perancangan Perbaikan Positioning Salvina Hijab Berdasarkan Perceptual Mapping dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling. *EProceedings of Engineering*, 8(5).
- Firmansyah, M. W. (2022). PENGARUH TAGLINE GRATIS ONGKIR DAN IKLAN YOUTUBE DARI SHOPEE TERHADAP BRAND AWARENESS. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(3).
- Gentles, S., Charles, C., Ploeg, J., & McKibbin, K. A. (2015). Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature. *The Qualitative Report*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2015.2373>
- Halawa, I., & Ritonga, H. J. (2025). Manajemen pelayanan donasi online di Laznas Baitul Mall Hidayatullah Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 22(1), 1–16. <https://doi.org/10.36406/jam.v22i1.67>
- Hapasari, & Astuti. (2022). Pengaruh keragaman produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang di toko online Lazada dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Jayanti, G. D., Pribadiyono, & Noviandari, I. (n.d.). *ANALISIS SWOT UNTUK MENGETAHUI POSITIONING PERUSAHAAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI PERUSAHAAN PADA UD. MAHKOTA GEMPOL*.
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Kojongian, A. S C., Tumbel, T.M., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Universitas Sam Ratulangi*, 3(2).

- Kotler, P. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Edisi Tujuh). Salemba Empat.
- Kurniati. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Awareness Suatu Produk. *Jurnal Ekonomi, Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(5).
- Malhotra. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation*. In *Marketing Research: An Applied Orientation (Seventh)* (7th ed.). Pearson Education.
- Naresh K. Malhotra, D. F. B. D. N. (2017). *Marketing research*. In *The Marketing Book: Fifth Edition* (15th ed.).
- Niculescu, M. (2006). Strategic positioning in Romanian higher education. *Journal of Organizational Change Management*, 19(6), 725–737. <https://doi.org/10.1108/09534810610708378>
- Nofatiyassari, R., & Sari, R. P. (2021). Optimasi Jumlah Produksi dan Biaya Distribusi UMKM Semprong Amoundy Menggunakan Metode Simpleks dan Algoritma Greedy. *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 5(1).
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>
- Rangkuti. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI* (24th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Septiawan, P. S., & Shabrina, D. G. (2023). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi ANALISIS POSITIONING SKINCARE LOKAL DI JAKARTA*. 20, 2. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M., & Handayani, T. (2021). PENGARUH TREND FASHION, GAYA HIDUP, DAN BRAND IMAGE TERHADAP PREFERENSI FASHION HIJAB. *Journal of Islamic Economics*, 1(2).
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 2(1), 44–60. <https://doi.org/10.56225/ijfeb.v2i1.170>
- Sonata, E. R. (2024). Pengaruh Segmentasi, Targeting, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Baju di Titik Kumpul Thrift Gunung Pangilun. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2), 99–112. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i2.2255>
- Sudirga, R. S. (2021). BRAND POSITIONING DAN PERCEPTUAL MAPPING UNIVERSITAS BUNDA MULIA, ATMA JAYA, BINUS, IBII, DAN UNTAR DENGAN METODE DISCRIMINANT ANALYSIS. *Business Management Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.30813/bmj.v8i2.702>
- Sudirga, R. S. (2021). BRAND POSITIONING DAN PERCEPTUAL MAPPING UNIVERSITAS BUNDA MULIA, ATMA JAYA, BINUS, IBII, DAN UNTAR DENGAN METODE DISCRIMINANT ANALYSIS. *Business Management Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.30813/bmj.v8i2.702>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

- Yuniar, W. A., Rohayati, Y., & Kusmayanti, I. N. (2022). Perancangan Perbaikan Positioning Produk T-shirt Nakhoda Nusantara berdasarkan Perceptual Mapping menggunakan Metode Multidimensional Scaling dan SWOT Analysis. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4781>
- Yunita, D., Awidad, A., & Yuliansyah, Y. (2021). Pembuatan Content Marketing Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness Bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Journal Of Sriwijaya Community Service*, 2(2).