

DAFTAR PUSTAKA

- Efendy, N. (2005). *Pengaruh Posisi Produk terhadap Pembelian Toyota Kijang di PT Astra Internasional Auto2000 Cabang Medan Gatot Subroto*. Jurnal Fakultas Bisnis dan Manajemen.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Gozali, Dodi M. (2005).
- Hendarto, K.A. (2005). *Persepsi masyarakat terhadap kinerja pengelolaan daerah aliran sungai ciliwung*. Jurnal Manajemen Hutan Tropika, vol XI no2 h85-96.
- Kasali, Rhenald. (1998). *Membidik pasar Indonesia : segmentasi, targeting, positioning*. Jakarta : PT.Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Jakarta: ... Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Mustain, H.L. (2012). *Analisis Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Coffee Di Makassar*. Skripsi, Ekonomi S-1, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Prasetya, F. *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Semarang)*. Jurnal Fakultas Bisnis dan Manajemen.
- Pretty. (2009). *Pengaruh Strategi Positioning Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Rodaroda Global Motorindo cabang Binjai*. Jurnal Fakultas Bisnis dan Manajemen.

Prihartini, Y.(2008). *Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nokia*. Jurnal Fakultas Bisnis dan Manajemen.

Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7 th. Edition*. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.

Sitohang, B.S. (2011). *Analisis Keputusan Pembelian yang Dipengaruhi oleh Positioning dan Perceived Quality pada Produk Pembalut Wanita Merek Laurier (Studi Kasus Mahasiswa STIKES Elisabeth Medan)*. Jurnal Fakultas Bisnis dan Manajemen.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Suliyanto.(2006).*Metode Riset Bisnis* :Andi Yogyakarta.

Suprpti, L. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awarness, Perceived Value, Organizational Association dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Skripsi, Ekonomi-S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Susetyasari, Th. (2011). *Strategi Penetapan Posisi (positioning)*. Jurnal Fakultas Bisnis dan Manajemen.

Tucunan, D.P.A. (2010). *Pengaruh Positioning Product Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembeli Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua di Desa Randuagung Gresik*. Jurnal Fakultas Bisnis dan Manajemen.

www.wikipedia.com

<http://cheryslearning.blogspot.com/2012/06/artikel-perkembangan-teknologi.html>

www.portal.paseban.com

www.merdeka.com

www.scribd.com

www.suaramedia.com

<http://kamusbahasaIndonesia.org/>