

DAFTAR PUSTAKA

- Belch, George E., Belch, Michael A. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective* (8th edition). New York : McGraw-Hill
- BIZTEKA. (2016, Juni 17). *Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Di Indonesia, 2010 – 2015*. Diambil kembali dari cci-indonesia.com: <http://cci-indonesia.com/2016/06/17/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015>
- Hawkins, & Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behavior*. Americas: New York, NY.
- Ibrahim, E. E. (2005). A positioning strategy for a tourist destination, based on analysis of customers' perceptions and satisfactions . *Marketing Intelligence & Planning*.
- Irfan Afif. (2015, Oktober 5). Inilah Daftar Kosmetik Halal Terbaru LPPOM MUI Sertifikasi 2015. Diambil kembali dari [halhalal.com](http://www.halhalal.com) <http://www.halhalal.com/inilah-daftar-kosmetik-halal-terbaru-lppom-mui-sertifikasi-2015/>
- J. Paul Peter, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Edisi 9 Buku 1 Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kelompok Studi Ekonomi Islam. (2016, Oktober 3). *Prospek Cerah Industri Kosmetik Halal*. Diambil kembali dari kseifebundip.org: <http://kseifebundip.org/2016/10/prospek-cerah-industri-kosmetik-halal/>
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2013, Maret 27). *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*. Diambil kembali dari kemenperin.go.id: <http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>
- Konuk, F. A. (2011). Brand Positioning Through Multidimensional Scaling:A Study in the Turkish Shampoo Market. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (13th ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2011). *Marketing Manajemen, Edisi 13*. New Jersey: Prentice Hall.
- La Tulipe. (2012, Juni 14). *Tentang Kami*. Diambil kembali dari [latulipe-id.com](http://www.latulipe-id.com): <http://www.latulipe-id.com/ID/aboutus/>

- Lembaga Advokasi Halal. (2015, September 21). *DAFTAR TERBARU KOSMETIK BERSERTIFIKAT HALAL 2015*. Diambil kembali dari halalwatch.or.id: <http://halalwatch.or.id/91/daftar-terbaru-kosmetik-bersertifikat-halal-2015/>
- Lee, C. W. (2009). The effects of consumer preferences and perceptions of Chinese tea beverages on brand positioning strategies. *British Food Journal*.
- Mohanty, S. (2012). Indian Sampoo Brand Positioning: Multidimensional Scaling Approach . *International Journal of Computing and Corporate Research*.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson.(2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*(9th ed). Singapore : McGraw Hill.
- R, M. S. (2013). *Consumer Behavior – Buying, Having, and Being 10th*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Rahayu. (2009). Analisis Positioning Produk Pasta Gigi “CLOSE-UP. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis* ISSN 1829 – 9857.
- Salomon, Michael R. (2006). *Consumer Behavior*. Sydney: Prentice Hall.
- Sari Ayu. (2013, Mei 17). *Profil Sari Ayu*. Diambil kembali dari [sariayu.com](http://www.sariayu.com): <http://www.sariayu.com/id/about-us>
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. (Edisi 4 Buku 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: ANDL.
- Shimpi, S. S. (2012). A Factor Analysis on Product Attributes for Consumer Buying . *International Journal in Multidisciplinary and Academic Research (SSIJMAR)*.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

- Supranto, J. (2010). *Analisis Multivariant : Arti dan Intepretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Wardah. (2013, September 7). *About the Brand*. Diambil kembali dari pti-cosmetics.com: <http://www.pti-cosmetics.com/brands/wardah>
- Wardhana, A., Kartawinata, B. R., & Syahputra. (2014). Analisis Positioning Top Brand Coffee Shop Berdasarkan Persepsi Pelanggan di Kota Bandung. *ISSN 2089-3590*.
- Yumusak, T. (2016). Perceptual Maps of Smartphones With Multi-Dimensional Scaling Analysis. *International Journal of Research In Social Sciences*.
- Yunarwanto, D. (2010). Analisis Posisi Persaingan Operator Telepon Seluler Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Malang . WACANA.
- ZOYA. (2015, Januari 14). *Profil ZOYA Cosmetics*. Diambil kembali dari zoya.co.id: <http://zoya.co.id/profil/>