

## DAFTAR PUSTAKA

- Claveria, O. (2016). Positioning Emerging Tourism Markets Using Tourism and Economic Indicators. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 143-153.
- Hair, J. F. , 2010. *Multivariate Data Analysis*. (7th edition). New Jersey : Pearson Education Inc.
- Harianto, Yossie Hanady. 2006. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perceived Quality Dan Dampaknya Terhadap Brand Equity (Kajian Pada Produk Elektronik Merk Sony di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Liyanag, U. (2013). Towards a positioning strategy for tourism in post-war Sri Lanka. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(5), 477-485.
- Mahanani, E. (2001). Analisis Positioning Radio Colors berdasarkan Persepsi Pendengar Terhadap Program Siaran. *Marketing Research*.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran, Jilid 2* (4 ed.). (S. R. Maryam, Penerj.) Jakarta: PT Indeks.
- Marcussen, C. (2014). Multidimensional Scaling in Tourism Literature. *Tourism Management Perspectives*, 12, 31-40.
- Matondang, Zulkifli. (2009). Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS UNIMED*, 6.
- Megawe, W. (2013). Analysis of Product Positioning on Soap Products in Manado. *Jurnal EMBA*, 1, 732-738.
- PRSSNI Bandung, 2016. <http://www.prssnibandung.com/radio-anggota/>
- Sarwono, J. (n.d., p. 1-2). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM).
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suharja, Hafizh Muhammad Almaraghi. 2016. *Analisis Positioning Program Studi Reguler Magister Teknik Elektro Telkom University berdasarkan Perceptual Mapping dengan Metode Multidimensional Scaling*. Telkom University.

Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.