

DAFTAR PUSTAKA

- Adelliani, N., Sucirahayu, C. A., & Zanjabila, A. R. (2023). *Analisis Tematik pada Penelitian Kualitatif*. Penerbit Salemba.
- Adiwiarto, R. (2021). *BAB III Landasan Teori dan Kerangka Pemikiran*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Alma, B. (2014). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Batra, R., & Keller, K. L. (2016). Integrating marketing communications: New findings, new lessons and new ideas. *Journal of Marketing*, 80(6).
- Budiharja, R. G. E. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 103–120.
- Cilaros, Y. (2024). Somethinc: Kisah sukses brand skincare lokal yang pernah ditolak investor. *Jailangkung*.
- Duana, A. F., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh content marketing dan influencer endorsement terhadap keputusan pembelian melalui mediasi brand image (studi pada Z-Chicken binaan Baznas di Kota Semarang). *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7, 1127.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi pemasaran: Konsep, teori dan implementasi*. Pascal Books.
- Hasibuan, A. N., Suharli, O., & Andriyanty, R. (2022). Analisis positioning pemetaan marketplace berdasarkan persepsi konsumen di Jakarta Selatan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(1), 33–56.
- Hartono, B. (2022). Brand positioning decision based on knowledge management. *International Journal of Organizational Innovation*, 15(1), 54–55.
- Hamidi. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. UMM Press.

- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran (Edisi ke-13, Jilid 1; B. Sabran, Penerj.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-12; B. Sabran, Penerj.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1).
- Ngiu, S. M., & Purnama, K. A. (2024). Daya tarik Gofood: Strategi brand positioning yang menumbuhkan loyalitas konsumen di Jakarta. *COMMTEMPORER: Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 1(01), 1–13.
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dan minat pembelian ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62–79.
- Ries, A., & Trout, J. (2001). *Positioning: The battle for your mind*. McGraw-Hill.
- Santoso, R. P., Ningsih, L. S. R., & Irawati, W. (2024). Implementation of segmenting targeting and positioning strategies in improving marketing performance. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 283.
- Shahid, Z., Hussain, T., & Zafar, F. (2017). The impact of brand image on the customer: A literature review. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(6), 1667.
- Sobry, M. S., & Hadisaputra, P. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Holistica.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare Somethinc:

(Studi pada konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 580.

Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Cherie melalui minat beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(5), 595.