

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, A., 2017, *Analisis Strategi Pemasaran 3D Printer Menggunakan Metode Analythic Hierarchy Process di Centralab Indonesia*, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Anggraini, L.D., Deoranto, P., dan Ikasari, D.M., 2015, Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*, *Jurnal Industri*, Vol. 4, No. 2, pp. 74-81.
- Cahyono, T., 2006, *Uji Normalitas*, <https://www.scribd.com/document/47724894/45308892-Statistik-Uji-Normalitas-Data>, (Online accessed: May 10th 2018).
- CentraLAB, 2017, *GF C-01*, <https://www.centralab.co.id/buy-3d-printer/>, (Online Accessed: April 14th, 2018).
- Cohen, L., Manion, L., dan Morisson, K., 2007, *Research Methods in Education, Sixth Edition*, Taylor dan Francis e-Library, London.
- Cravens, W., David, 2008, *Pemasaran Strategis*, Erlangga, Jakarta.
- El-Ansary, A.I., 2006, Marketing strategy: taxonomy and frameworks, *European Business Review*, Vol. 18, No. 4.
- Gebler, M., Anton, J.M., Uiterkamp, S., dan Visser, C., 2014, A global sustainability perspective on 3D printing technologies, *The International Journal of the Political, Economic, Planning, Environmental, and Social Aspects of Energy*, Vol. 74, pp. 158-167.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Babin, B.J., dan Black, W.C., 2010, *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Hidayat, A., 2013, *Penjelasan Lengkap Uji Homogenitas*, <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-homogenitas.html> (Online accessed: May 9th, 2018).
- India, A.T. Kearney, 2015, *3D Printing: A Manufacturing Revolution*, A.T. Kearney Report, India.
- Kasali R., 1998, *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, dan Positioning*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, P., 1997, *Manajemen Pemasaran*, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesebelas, Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P., and Keller, K. L., 2012, *Marketing Management, Fourteenth Edition*, Pearson Pretice Hall, New Jersey.
- Kotler, P., and Keller, K. L., 2012, *Principles of Marketing, Thirteenth Edition*, Pearson Pretice Hall, Upper Saddle River.
- Montgomery, D., C., and Runger, G., C., 2002, *Applied Statistics and Probability for Engineers, Third Edition*, John Wiley and Sons Inc., United States of America.

- Resfani, 2013, *Analisis Kepuasan Konsumen dan Positioning Produk Waralabe Teh Instan*, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Saaty, T., 1993, *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin, Proses Hierarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi Kompleks, Sei Manajemen*, PT Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Schöblom, T., Oloya G., and Bektesevic A., 2009, *How Nelo's Image is Perceived in Germany-An Empirical Investigation Amongst their Agents*, Malardalens University.
- Simatupang, P., 2015, *Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Strategi Pemasaran Produk Alat Bantu Rehabilitasi Pergelangan Tangan yang digunakan pada Pasien Pasca Stroke*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Sitepu, R., Irmeilyana, dan Gultom, B., 2011, Analisis Cluster terhadap Tingkat Pencemaran Udara pada Sektor Industri di Sumatera Selatan, *Jurnal Penelitian Sains*, Vol. 14, No. 3(A).
- Sukmawati, 2017, *Analisis Cluster dengan Metode Hierarki untuk Pengelompokan Kabupaten/Kota di Provinsi Sulawesi Selatan berdasarkan Indikator Makro Ekonomi*, Makassar: Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.
- Temesi, 2010, *Marketing Possibilities of Functional Foods Produced by Canned Food Industry*, Kaposvar University.
- Tjiptono, dan Chandra, G., 2012, *Pemasaran Strategik*, ANDI, Yogyakarta.
- Trihendradi, C., 2011, *Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 19*, ANDI, Yogyakarta.
- Ulrich, K.T., and Eppinger, S.D., 2001, *Product Design and Development Fourth Edition*, The McGraw-hill Company Inc, New York.
- Umam, K., Yuhariati, dan Nadya, 2015, Analisis Diskriminan melalui Metode Fisher Terhadap Kemampuan Siswa dalam Menguasai Materi Bangun Ruang pada Kelas VIII SMP Negeri 1 Banda Aceh Tahun Pelajaran 2013/2014, *Jurnal Natural*, Vol. 15, No. 1.
- Widjaya, P., 2017, Analisis Segmenting, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix pada PT. Murni Jaya, *AGORA Jurnal*, Vol. 5, No. 1.
- Widyawati, 2014, *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dalam Penjualan Produk Kecap Cap Koki Dollar di Tulungagung*, Universitas Pembangunan Nasional, Surabaya.
- Wirastri, M., 2017, *Analisis Product Service System dalam Model Bisnis Printer 3D di D.I. Yogyakarta*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Wiratmanto, 2014, *Analisis Faktor dan Penerapannya dalam Mengidentifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap Penjualan Media Pembelajaran*, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Wohlers, 2013, *Additive Manufacturing and 3D Printing State of Industry Annual Worldwide Progress Report*, Wohlers Associates, USA.