

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. PUSTAKA SETIA.
- Afrillita, N. (2013). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR PADA PT. SAMEKARINDO INDAH DI SAMARINDA. *ejournal.adbisnis.fisip-unmul.org*, 56-70. (diakses pada : 13 Desember 2015, 17:30)
- Bachdar, S. (2015, agustus 4). *Industri Air Minum di Indonesia Tak Pernah Paceklik*. Diambil kembali dari *marketeers.com*:
<http://marketeers.com/article/industri-air-minum-di-indonesia-tak-pernah-paceklik.html> (diakses pada : 25 November 2016, 20:30)
- businessweekindonesia. (2015). *bisnis air minum terus mengalir*. Diambil kembali dari *businessweekindonesia.com*:
<http://www.businessweekindonesia.com/8767/bisnis-air-minum-terus-mengalir> (diakses pada: 21 Desember 2015, 19:30)
- Dewi, H. K. (2015). *Permintaan Air Naik Tiap Tahun, Ini Tanggapan Industri Ketika UU Ditolak MK*. Diambil kembali dari *bareksa*:
<http://www.bareksa.com/id/text/2015/02/24/permintaan-air-naik-tiap-tahun-ini-tanggapan-industri-ketika-uu-ditolak-mk/9526/news> (diakses pada: 24 Februari 2016, 19:00)
- Fandy Tjiptono., G. C. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- hardian, d. (2012). *STRATEGI PEMASARAN Terdiri 5 Elemen*. Diambil kembali dari *strategipemasaranterdiri5elemen.blogspot*:
<http://strategipemasaranterdiri5elemen.blogspot.co.id/> (diakses pada: 3 Agustus 2016, 19:00)

- kurniawan, y. (2011). *TEKNIK ANALISIS SWOT*. Diambil kembali dari
yimmykurniawan.wordpress.com
<https://yimmykurniawan.wordpress.com/2011/10/19/teknik-analisis-swot/>
(diakses pada: 5 Maret 2016, 21:00)
- Nagata, D. (2015). *Mengintip Strategi Marketing Aqua yang Menjadi Pelopor Produsen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)* . Diambil kembali dari danzierng: <http://www.danzierng.com/2015/05/mengintip-strategi-marketing-aqua-yang-menjadi-pelopor-produsen-air-minum-dalam-kemasan.html> (diakses pada: 20 Desember 2015, 20:00)
- Nopiani, E. (2012). *LINGKUNGAN PEMASARAN*. Diambil kembali dari NASKAH PEMASARAN: <http://akademik-marketing.blogspot.co.id/2012/10/lingkungan-pemasaran-eva-nopiani.html> (diakses pada: 09 Januari 2016, 21:30)
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. E. (1991). *Strategi Bersaing. Teknik Menganalisis Industri Dan Pesaing*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2*, 143-150.
- Rangkuti, F. (2002). *Creating Effective Marketing Plan. Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customer Values & Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2014). *ANALISIS SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono, P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*.

- Sulaeman, A. (2015). *Aspadin: Masyarakat Indonesia Habiskan 23,1 Miliar Liter Air Minum dalam Kemasan pada 2014*. Diambil kembali dari Intisari: <http://intisari-online.com/read/aspadin-masyarakat-indonesia-habiskan-231-miliar-liter-air-minum-dalam-kemasan-pada-2014> (diakses pada: 07 Januari 2016, 19:30)
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Wisdaningrum, O. (2013). ANALISIS RANTAI NILAI (VALUE CHAIN) DALAM LINGKUNGAN INTERNAL PERUSAHAAN. Banyuwangi: *Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi Universitas 17 Agustus 1945*, 40 - 48.