

DAFTAR PUSTAKA

- Agusnawati, R., Nurfadillah, N., Wiradana, N., & Muktamar, A. (2024). Efektivitas Evaluasi Strategi dalam Manajemen Pengendalian Mutu Organisasi. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 2(1), 87-105.
- Alfiyanto, A. (2020). Manajemen pemasaran jasa pendidikan berbasis budaya religius. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1), 53-62.
- Alwi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan AMDK.
- Amalia, N. R., Yulianti, F., & Kadir, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT). *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 41-48.
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT: Strategi pengembangan SDM, strategi bisnis, dan strategi MSDM (suatu kajian studi literatur manajemen sumberdaya manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619-629.
- Ambarwati, A. R., & Pertiwi, F. A. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Gerai Batik Spero Joss Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 52-68.
- Amon, L., & Harliansyah, H. (2022). Analisis kompetensi manajerial kepala sekolah dalam perencanaan peningkatan mutu pendidikan menengah kejuruan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 147-162.
- Angelia, D. (2022). 7 Merek Air Mineral Favorit Masyarakat Indonesia 2022. Diakses pada 19 Oktober 2024 pukul 16.21 dari <https://goodstats.id/article/7-merek-air-mineral-favorit-masyarakat-indonesia-2022-kqaPc>
- Ainurrofiq, M. (2024). Strategi Pemasaran Syariah di Cafe Gadex: Perspektif Ilmu Ekonomi Syariah. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Arifin, M. M., & Agustin, M. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan SWOT dan Business Model Canvas Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan PT. Abutama. *Jurnal KaLIBRASI-Karya Lintas Ilmu Bidang Rekayasa Arsitektur, Sipil, Industri*, 6(1), 1-12.

- Arifin, I., & Prawiro, A. M. B. (2022). Prinsip-Prinsip dalam Pemasaran Syariah. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 5(2), 261-274.
- Aspadin. Perkumpulan Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Indonesia. Diakses pada 20 Oktober 2024 pukul 18.46 dari <https://aspadin.com/index.html#/>
- Ayatusyifaq, A. (2024). *Analisis Swot Terhadap Pengetahuan Wakaf Uang Masyarakat Desa Banaran Kecamatan Geger Kabupaten Madiun* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Bandono, A. (2020). Analisis Adaptif, Dinamisasi Metode Analisis Swot.
- Bps.go.id. 2024. Distribusi Persentase Rumah Tangga Menurut Provinsi dan Sumber Air Minum, 2023. Diakses pada 20 Oktober 2024 pukul 19.09 dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/YzBaMlduSIFVbTVrUnpWeU9YRTJka0pVTTFkU1FUMDkjMw==/distribusi-persentase-rumah-tangga-menurut-provinsi-dan-sumber-air-minum.html?year=2023>
- Cahyaningrum, A. D., Widada, D., & Gunawan, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Air Minum Dalam Kemasan Merk Amula Dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Dinamika Teknik Industri*.
- Chandraningsih, P. D., & Sudarmawan, I. W. E. (2023). Analisis strategi pemasaran hotel prime plaza sanur pada masa pandemi covid 19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(1), 112-125.
- Darus, P., & Silviani, I. (2022). Peran strategi komunikasi dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari bauran pemasaran. *Message: jurnal komunikasi*, 11(1), 60-73.
- David, F. (2018). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, Global Edition,...* 16/e 12 Months. Pearson Education Limited.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). Studi Empiris tentang Perilaku Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan ditinjau dari Variabel Harga dan Kesadaran Merek. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(3), 179-186.
- Dewi, R. A., & Fitrilia, T. (2024). Proses Produksi Air Minum dalam Kemasan (AMDK). *Karimah Tauhid*, 3(9), 10752-10760.

- Estefany, N. V., & Latifah, F. N. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181-195.
- Fadhli, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1), 11-23.
- Fajariani, N. (2022). Strategi Pemasaran Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merk Mox Pada Toko Mario Oxi Desa Tarailu Kecamatan Sampaga. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 49-58.
- Feriyansyah, F. (2021). *Manajemen Strategik SMK Negeri 2 Kalianda Kabupaten Lampung Selatan* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Habib, M. A. F. (2024). Strategi Pemasaran Air Minum Dalam Kemasan Pada Agen Pt. Izauranet Berkah Mandiri. *Journal Of Management And Creative Business*, 2(2), 61-82.
- Harahap, F. H. (2021) Strategi Pemasaran Warung Kopi Di Kota Medan Dengan Game Theory.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hasrun, A., Mukaromah, L. A., & Winarsih, S. (2024). Perlindungan Konsumen dalam Akad Jual Beli Diskon Akhir Tahun Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Al-Mizan*, 11(2), 348-357.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudean Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76-82.
- Indriyani, U. (2020). Tingkat konsumsi air minum dalam kemasan dan dampaknya terhadap lingkungan (Studi kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2017) (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Lakoro, F. S., & Sukrianto, S. (2023). Analisis strategi pemasaran air mineral di depot isi ulang Aquality cabang Tilamuta Kabupaten Boalemo. *Jurnal*

Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 3(1), 38-49.

Lampiran Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 96/M- IND/PER/12/2011
Tanggal: 20 Desember 2011, 14

Lutfi, A. S., & Chotimah, C. (2023). Analisis Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *SKILLS: Jurnal Riset Dan Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 22-36.

Layaman, L., & Rahmawati, K. Y. (2023). Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 75-86.

Mengxue Zhang. Analisis strategi pemasaran Nintendo. *Jurnal Akademik Bisnis & Manajemen* (2022) Vol. 4, Edisi 13: 121-128.
<https://doi.org/10.25236/AJBM.2022.041318>.

Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.

Naim, S., Ramadani, H. E., Juniarti, E., Maelani, M., Wandani, E. R., & Rahmawati, E. (2023). Strategi Pemasaran Produk Baru (Studi Kasus Puding Lamota). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 55-67.

Peraturan Kepala BPOM No. 23 Tahun 2016

Peraturan Menteri Perindustrian Nomor: 49/M-IND/PER/3/2012, tentang pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI) Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Secara Wajib 0 Pasal ,Ayat 1

Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 11 / M-IND/ PER/ 3/ 2017 Pasal 1 Ayat 2

Putri, D. A., Ceicillia, S., Rizky, G. A., & Farida, S. N. (2022). Implementasi Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunities, And Threat) Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada PT Adib Global Food Supplies Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(1).

Putri, E. M., Wahyudi, P. B., Zahro, S. A., Kirana, S. W., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Meningkatkan Citra Merek Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Melalui Perencanaan dan Pengembangan Bisnis

Yang Efektif pada Produk Kosmetik. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(01), 134-142.

Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70.

Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277-281.

Riko, Y. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran, Kapasitas Produksi, Dan Keterlambatan Bahan Baku Terhadap Permintaan Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Berdasarkan Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus PT. Sumber Makmur Tanggamus)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Rizal, M., Damayanti, V., & Ramdan, M. (2023). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mixue Harapan Indah Bekasi. *Cross-border*, 6(1), 640-646.

Rokhilawati, Y. (2022). Analisis strategi pemasaran pada produk simpanan mudharabah di bmt nusantara cabang glenmore. *Ribhuna: jurnal keuangan dan perbankan syariah*, 1(2), 075-085.

Sholikhah, V. (2021). Manajemen strategi ekonomi agribisnis dalam konteks ilmu ekonomi mikro. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 113-129.

Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi pemasaran yang unik: Mengoptimalkan kreativitas dalam menarik perhatian konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.

Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarak, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(1), 60-72.

Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.

Syafa'at, A., & Wahid, A. (2020). Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT Dengan Matrik IFAS Dan EFAS Di PT. Bagoes Tjipta Karya. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(3), 108-117.

- Sya'bana, F. A., & Farida, E. (2023, December). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Amdk Arsend Di Tulungagung. In *Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat (KOPEMAS)# 4 & International Community Service 2023.y*
- Suci, A. D. P. (2025). Mengembangkan Strategi Pemasaran Halal yang Inovatif dan Berkelanjutan Melalui Peran Generasi Muda Di Era Digital. *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen dan Ekonomi*, 1(4), 823-835.
- Syarifuddin, S., Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. (2022). Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran.
- Wardani, A. K. (2022). *Strategi Pemasaran Pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Branch Office Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Wadud, A. M. A., & Layaman. (2023). The Impact of Islamic Branding on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. In *Islamic Sustainable Finance, Law and Innovation: Opportunities and Challenges* (pp. 95-104). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Yusuf, M., & Matiin, N. (2022). Analysis of the effect of the marketing mix on purchasing decisions. *International Journal of Economics and Management Research*, 1(3), 177-182.
- Zulfa, N., Millah, N. N., Nuratin, N., & Novitasari, K. (2023). Konsep maqashid syariah dalam praktik strategi pemasaran TikTok dengan landasan etika bisnis Islam. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(2), 79-94.