

DAFTAR PUSTAKA

- Air Minum Pedia. (2025). *Market share industri air minum dalam kemasan di Indonesia*. <https://airminumpedia.com>
- Ali, S. S. H. (2019). *Hubungan antara customer relationship management dan loyalitas pelanggan*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Argenti, P. A. (2017). *Corporate communication*. McGraw-Hill Education.
- Bisnis.com. (2023). *Peluang bisnis industri air minum dalam kemasan di sektor HORECA*.
- Botan, C. H., & Taylor, M. (Eds.). (2021). *The handbook of strategic communication*. John Wiley & Sons.
- Cahyaningsih, S. (2025). *Analisis strategi bisnis air minum dalam kemasan*. NOE: *Jurnal Manajemen*.
- Centrea. (2025). *Tips komunikasi efektif pelaku bisnis agar hubungan dengan klien tetap optimal*. <https://www.centrea.id/opinion/661239782/inilah-tips-komunikasi-efektif-yang-wajib-dikuasai-pelaku-bisnis-agar-hubungan-dengan-klien-dan-tim-tetap-optimal>
- Dewi, R. D. C., Damayanti, I., Masduki, Yusuf, Y. M., Fitrananda, C. A., Syahdan, S. B., Akbar, M. F., Sugandi, M. S., & Hartati, S. (2024). *Pemahaman komunikasi: Mengartikan pesan dengan tepat*. PT Remaja Rosdakarya.
- Euromonitor. (2024). *Health and wellness in beverages*. <https://www.euromonitor.com>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Qiara Media.
- Food Safety Magazine. (2024). *Food and beverage safety standards*. <https://www.foodsafetymagazine.com>

- Forbes.* (2024). *Corporate communication and performance.*
<https://www.forbes.com>
- Glints.* (2023). *Perbedaan personal selling dan digital marketing dalam membangun relasi konsumen.*
- Glints.* (2023). *Sales promotion: Strategi promosi untuk meningkatkan keputusan konsumen.*
- GoodStats.* (2025). *Merek air mineral kemasan favorit masyarakat Indonesia.*
<https://goodstats.id>
- Healthline.* (2024). *Hydration and lifestyle trends.* <https://www.healthline.com>
- IBISWorld.* (2024). *Bottled water production industry.* <https://www.ibisworld.com>
- Investabook.* (2022). *Tren konsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) di Indonesia.* <https://investabook.com>
- Katadata.* (2022). *Pertumbuhan industri AMDK dan peluang pasar B2B di Indonesia.*
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.* (2022). *Industri minuman nasional dan strategi penguatan daya saing.*
- Kotler, P., & Armstrong, G.* (2020). *Principles of marketing (18th ed.).* Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L.* (2016). *Marketing management (6th ed.).* Pearson Education.
- Marketing.co.id.* (2021). *Peran personal selling dalam pemasaran B2B.*
- Marketing.co.id.* (2023). *Personal selling sebagai strategi efektif dalam pemasaran langsung.* <https://marketing.co.id>
- Marketing Week.* (2024). *Brand trust and market dominance.*
<https://www.marketingweek.com>
- Marketeers.* (2022). *Personal selling sebagai strategi komunikasi pemasaran.*

- Mordor Intelligence. (2025). Indonesia bottled water market size & growth analysis. <https://www.mordorintelligence.com>*
- Mufrodi, Z., Suryani, D., & Rustiawan, A. (2019). Konsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) pada mahasiswa. Afiasi: Jurnal Kesehatan Masyarakat, 4(2), 55–63.*
- Niagahoster. (2023). Canvassing: Pengertian, manfaat, dan penerapannya dalam pemasaran.*
- Niagahoster. (2023). Direct marketing: Pengertian, manfaat, dan contohnya.*
- Nugraha, D. R., Army, W. L., & Rahayu, T. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Karawang. Jurnal Minfo Polgan, 14(2), 2079–2086. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15111>*
- Nurjannah, N., Rumenta, M., & Rahman, A. (2022). Understanding the relationship between communication style, corporate social responsibility, ethical leadership, and public trust. Jurnal Publikasi Manajemen, 4(2), 45–56.*
- Packaging Gateway. (2024). Food and beverage packaging trends. <https://www.packaginggateway.com>*
- PT Mitra Anugrah Pratama. (n.d.). Dokumen internal Brand Rivero [Dokumen internal].*
- Puspitasari, I. P., Rohmat, M., & Lubis, M. (2025). Transformasi customer communication management berbasis teknologi digital: Studi kasus OCA platform omnichannel di Indonesia. Jurnal Informatika Teknologi dan Sains (Jinteks), 7(3), 1370–1378. <https://doi.org/10.51401/jinteks.v7i3.6020>*
- Putra Dawan, I., & Wardah, W. (2024). Model perencanaan komunikasi dalam merespon dan mengatasi keluhan pelanggan PT PLN Persero Kabupaten Wajo. Jurnal Komunikasi dan Organisasi (J-KO), 5(1), 38–50.*

- Qatrunnada, L. S. (2024). Customer relation management of Setara Media Kreasi in improving service quality (Student journal). Universitas Muhammadiyah Ponorogo.*
- Rivero Indonesia. (2010). Artikel. <https://riveroindonesia.wordpress.com/artikel/>*
- Sagiyanto, A., Mawadda, A. A., Rahmah, A., & Utomo, A. S. (2024). Communication strategy customer relations officer PT Dwitunggal Putra Pegadai Tangerang Branch in handling customer complaints. Buletin Poltanesa, 25(1), 46–51. <https://doi.org/10.51967/tanesa.v25i1.3050>*
- Salmawati, M., Irwan, R., Dewi, S., & Nur, A. (2023). Analisis kualitas air minum dalam kemasan (AMDK). Jurnal Kalwedo Sains, 4(1).*
- Sefanya, R. U. (2020). Strategi komunikasi dalam hubungan klien-konsultan. Komuniti: Jurnal Komunikasi & Teknologi Informasi.*
- Statista. (2024). Bottled water consumption trends. <https://www.statista.com>*
- Suciati, P. (2021). The public relations acceptance towards press release application with artificial intelligence. Communicare: Journal of Communication Studies, 8(1), 20–40.*
- Sulesuryana, D. D., & Ramadhan, A. M. (2025). Strategi komunikasi customer service di Head Office Iketan Bandung. Jurnal Penelitian Inovatif, 5(2), 1577–1590. <https://doi.org/10.54082/jupin.1482>*
- Suri, D. M., Ritonga, N. A. P., Anandani, T., & Suhairi, S. (2023). Mengoptimalkan efektivitas komunikasi bisnis internal dan eksternal untuk peningkatan kinerja organisasi. JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Auditing), 3(2), 214–222. <https://doi.org/10.56696/jaka.v3i2.8834>*
- World Resources Institute. (2024). Climate and water consumption. <https://www.wri.org>*

Zahra, F., Sukoco, I., Auliana, L., & Barkah, C. (2022). Komunikasi efektif dalam membangun strategi customer relationship management. *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 2(1), 41–49.

