

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Keenam, Bandung: Alfabeta.
- Anna, Lusiana Kus, 2011, Menekan Prevalensi Diabetes Lewat Komunitas, dalam <http://health.kompas.com/read/2011/07/09/07375224/Menekan.Prevalensi.Diabetes.Lewat.Komunitas>
- Anonim, 2013, Inovasi Baru untuk Penderita Diabetes, <http://energitoday.com/2013/02/20/inovasi-baru-untuk-penderita-diabetes/>
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Ie Joko Budiman, 2004, Brand Equity Ten: Strategi memimpin Pasar, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gustyanita Pratiwi, 2012, Raja Gula Indonesia Timur Keluhkan Defisit Gula Nasional, <http://swa.co.id/listed-articles/raja-gula-indonesia-timur-keluhkan-defisit-gula-nasional>
- Hasan, Ali. 2008. Marketing. Media Utama, Yogyakarta
- Kasali, Renald. 1998. Membidik Pasar Indonesia. : PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- _____. 2001. Membidik Pasar International: Segmentasi, Targeting, Positioning. Cetakan ke 5. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kartika, Unoviana, 2013, 200 Ribu Kematian Tiap Tahun Dipicu Minuman Manis, dalam <http://health.kompas.com/read/2013/03/21/17011444/200.Ribu.Kematian.Tiap.Tahun.Dipicu.Minuman.Manis>
- Kartajaya, Hermawan. 1996. Hermawan Kartajaya on Marketing. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kotler, P., *et al.* 1998. "Marketing", 4th ed Sydney: Prentice Hall Australia Pty Ltd.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2006, Marketing Management, Pearson Education Inc.
- _____, 2007, Manajemen Pemasaran, Ed12. Jilid 2. Jakarta: Penerbit PT Indeks.

- _____. 2009. manajemen pemasaran: Edisi 12. Jilid 1.
PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, dan Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1.
Erlangga. Jakarta
- McDonald, Malcolm. 2002. Marketing Plans: How to Prepare Them. How to Use
Them. 5th edition. Burlington: Elsevier Butterwirt-Heinemann.
- Moleong, Lexy J., 2006, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosda
Karya.
- Morissan, 2007, Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Ramdina
Prakarsa
- Rangkuti, Freddy, 2002, The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity
dan Strategi Pengembangan Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Simamora, Bilson, 2001, Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan.
Profitabel, Edisi pertama, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Shimp, Terence A., 2003, Periklanan dan Promosi, Jakarta : Erlangga.
- Suryadi, Dede, 2013, Debut Tropicana Slim Menggarap Healthy Life, dalam
<http://www.dedesuryadi.com/web/?p=589>
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi
- _____. 2008. Strategi Bisnis Pemasaran. Penerbit Andi. Yogyakarta

INTERVIEW GUIDE

Interview ini ditujukan kepada marketing Tropicana Slim :

1. Sejarah berdirinya PT. Nutrifood Indonesia?
2. Apakah Tropicana Slim menggunakan SWOT ?
3. Bagaimana perencanaan promosi yang dilakukan Tropicana Slim ?
4. Apa saja tahap-tahap kegiatan promosi yang dilakukan?
5. Siapa yang menjadi target audience?
6. Media apa saja yang sering digunakan dalam promosi penjualan dan mengapa?
7. Mengapa bauran promosi itu dipilih ?
8. Berapa anggaran yang dikeluarkan untuk setiap kegiatan promosi?
9. Bagaimana evaluasi yang dilakukan terhadap program promosi?
10. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan bentuk promosi seperti apa?
11. Media apa yang paling sering digunakan untuk beriklan ?
12. Aktifitas promosi seperti apa yang digunakan?
13. Mengapa memilih strategi promosi tersebut?
14. Bagaimanakah kegiatan promosi itu dijalankan?
15. Faktor apa sajakah yang mejadi pendukung kegiatan tersebut?
16. Siapa sajakah yang bertanggung jawab atas kegiatan promosi?
17. Media apa saja yang digunakan untuk berpromosi?
18. Hambatan apa saja yang dihadapi?
19. Apakah ada evaluasi yang dilakukan setelah pelaksanaan promosi, seperti apa,
dan kapan evaluasi itu dilakukan?
20. Strategi promosi seperti apa untuk mendapatkan pelanggan?