

DAFTAR PUSTAKA

- Cravens, D.W. dan Piercy, N.F. (2013). *Strategic Marketing, Tenth Edition*. McGraw-Hill. New York.
- Day, G.S. (1994). The Capabilities of Market-Driven Organizations. *Journal of Marketing*, 58 (4), 37-52.
- Khasanah, N.J. (2018). Analisis Strategi Market Follower dalam Mempertahankan Eksistensi Produk (Studi Kasus pada UMKM Produk Tas di Dusun Gedang Sewu, Desa Pegunungan, Kecamatan Bae, kabupaten Kudus). *Skripsi Abstract*. Institut Agama Islam Negeri Kudus. Kudus.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management Global Edition*. Pearson Education Limited. England.
- Kotler, P. dan Kotler, M. (2013). *Market Your Way to Growth: 8 Ways to Win*. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.
- Luming, A. dan Suardana, I.M. (2013). Analisis Pemasaran Mobil Isuzu Truck pada PT. Prima Putra Adiwahana Mataram dalam Mempertahankan Posisi Perusahaan. *Jurnal Valid*, 10 (1), 82-89.
- Mufarohah, N. (2017). The Building Competitiveness of Sportswear Product Marketing (Empirical Study in Tunjungan Plaza of Surabaya). *Jurnal Manajemen KINERJA*, 3 (2), 75-90.
- Porter, M.E. (2004). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press. New York.
- Putra, Y.S. (2011). Analisis Faktor untuk Mengetahui Efektivitas Strategi Me Too Sebagai Strategi Bersaing Perusahaan (Studi Kasus pada Produk SM Vit C 1000 PT. Sido Muncul). *Among Makarti*, 4 (7), 95-120.
- Rosenda, H. (2014). Strategi Perusahaan Internet Service Provider B2B untuk Mengubah Posisi dari Market Nichers ke Posisi Market Follower Studi pada PT. Aplikasnusa Lintasarta. *Thesis Abstract*. Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Schindler, P.S. (2019). *Business Research Methods Thirteenth Edition*. McGraw-Hill. New York.

- Thompson, A.A., Peteraf, M.A., Gamble, J.E., dan Strickland, A.J. (2018). *Crafting & Executing Strategy The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases Twenty – First Edition*. McGraw-Hill Education. New York.
- Wilardjo, S.B. (2006). Merancang Strategi Pemasaran Untuk Pemimpin, Penantang, Pengikut, dan Perelung Pasar. *Value Added*, 3 (1), 1-12.
- Wijaya R. (2019, Februari 20). Proyek 35.000 MW: Lahan, Masalah Klasik yang Jadi Ganjalan. *Listrik Indonesia: Referensi Listrik & Energi*, 067, hal. 80-81.