

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, I. M. (2023, Januari 15). 7 Merek Air Mineral dalam Botol Favorit Masyarakat Indonesia 2023. Indonesia.
- Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansyah, Sella Venanza, 2021. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3 (1), 2021, 44 - 53
- Al Hilal Faros Agusta.D, I. S. (2024). *Efektivitas Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Konsumen Shopee*. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Manajemen (JASMIEN)* Volume 05 Nomor 01 Tahun 2024.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15-32.
- Andres Prijaya Chandra Dan Thomas Santoso, (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya. *Agora* Vol. 7, No. 1.
- Andhiyan, N. (2012). Pengaruh Marketing Mix terhadap Loyalitas Konsumen Suplemen Impor dari USA di Kabupaten Bantul. *JBMA*, 1(1), 38.
- Anugrah, L. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Shopee (Studi Pada Konsumen Merk The Originote Di Surabaya)*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593*.
- Arga Naafi Pratama1, Kristina Anindita Hayuningtias, (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi pada pengguna sepeda motor Honda Scoopy di Semarang)
- AQUA. (2023). *AQUA-Sejarah*. Retrieved from AQUA-Danone: <https://aqua.co.id//sejarah>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 62-75.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayu Alfiah, A. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung*. *SEIKO : Journal of Management & Business*, Volume 6 Issue 1 (2023) Pages 492 – 503 .

- Bukhari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chandra, A. P., & Santoso, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Cindy Magdalena Gunarsih, J.A.F. Kalangi, Lucky F. Tamengkel, 2021. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, Vol. 2 No. 1, 2021 e-ISSN. 2723-0112
- Effendi, U. (2021). *Implikasi Iklan Brosur, Kualutas Produk dan Citra Merek*. Makassar: Yayasan Barcode.
- Ericko Fuji Murgana, I. A. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kecamatan Driyorejo Gresik)*. Neraca Manajemen, Ekonomi Vol 6 No 10 Tahun 2024.
- Farisa Hasna Nadiya, Susanti Wahyuningsih, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, Vol 3, 2020.
- Fortuna, I. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA dalam Perspektif Islam*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Geldy Mahantara Kristindo Katu dan Gede Suparna, 2022. Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi (Studi Pada Produk Smartphone Xiaomi di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 4, 2022: 762-783 ISSN: 2302-8912.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hasibuan, A. N., & Annam, R. (2021). *Akuntansi Manajemen: Teori dan Praktek*. Medan: Merdeka Kreasi.
- Idrus, S. A. (2019). *Kualitas Pelayanan dan keputusan Pembelian Konsep dan Teori*. Malang: Media Nusa Creative.
- Indah Rosidah, 2018. "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Fresh Product Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Di Carrefour Rungkut Surabaya".

- Iskandar, A. H. (2020). *SDGs DESA : Percepatan Pencapaian Tujuan Pembangunan Nasional Berkelanjutan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Krisna Adi Wibowo, B. P. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN JINGLE IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN SARI ROTI DI SEMARANG)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. X, No. 1 | 713.
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). pengaruh Harga dan Promosi Grab terhadap Brand Image yang mempengaruhi Keputusan Pemebelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 381-390.
- Lisdiyawati, C., & Handy Aribowo. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FROZEN FOOD CRISPY CHICKEN NUGGET MEREK KANZLER DI KOTA SURABAYA*. Neraca Manajemen, Ekonomi Vol 7 No 10 Tahun 2024.
- Muh. Barry Nur Anhar, K. Y. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KAPAL API DI KELURAHAN DAWUHAN DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL MODERATING*. SINARS Prosiding Nasional 2024 196.
- Muhammad Syariful Anam, D. L. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga)*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 4 No 1, Januari 2021, P-ISSN : 2614-3259.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3 Second di Marketplace. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1096-1104.

- Ni Luh Putu Pratiwi Suryantari dan Ni Nyoman Rsi Respati, 2022. Peran Brand Image Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian. yang terbit di jurnal E-Jurnal Manajemen, Vol. 11, No. 1, 2022: 127-149 ISSN: 2302-8912.
- Ningsih, F., Nas, S., & Syabrus, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam kemasan (AMDK) Merek AQUA.
- Niu, F. A., & Mokodompit, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Kemasan Aqua Pada Masyarakat Lingkungan Iv Di Kelurahan Malendeng. *Journal of Economics and Islamic Economics*, 1(1), 11-20.
- Noerchoidah, 2013. yang berjudul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. Yang terbit di Jurnal WIGA Vol. 3 No. 1, Maret 2013 ISSN NO 2088-0944
- Nova Cindy Ayu Apriyani, & Endang Tjajahningsih. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MERK TERHADAP SIKAP SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK SEPATU BATA DI TOKO CABANG MALL PARAGON SEMARANG*. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* Volume 7 Nomor 5, Tahun 2024.
- Nugroho, S. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Nur Ajjah, D. H. (2023). *Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe)*. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, Vol. 1, No. 2, Mei 2023, Hlm. 43-60.
- Nur, K., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Video terhadap Brand Image Produk Pembersih Wajah Garnier pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *EcoGen*, 3(2), 319-331.
- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7, 425-436.
- Ragilia Asri Putri, P. E. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Melalui Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Coffee Shop Pada Generasi Z*. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen* Vol.1, No.4 November 2023 p-ISSN: 2986-4046, Hal 165-177.

- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016, Juni). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8, 92-121.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Person Education.
- Sihombing, D. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Pelanggan dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Supriatna, A. (2005). *Teman Belajar Bahasa dan Sastra Indonesia*. Bandung: Pribumi Mekar.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO di Kecamatan Timur Tangerang Selatan. *Journal Of Applied Business and Economics*, 7(4), 450-457.
- Tanoni, R. V. (2012). *Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek dan Sikap Produk Mizone di Surabaya*. Surabaya: Unika Widya Mandala.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279-289.