

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- AQUA, G. (2020, 26 Desember). *AQUA Grup*. Diperoleh pada 26 Desember 2020, dari <https://aqua.co.id/aqua-group>
- Deviana, I. M., Rombe, E., & Mubaraq, R. (2018). Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen Membeli Air Mineral AQUA. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol. 4 (1), 45.
- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 12 (2), 88–90.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hakim, R. T., & Susilowati, C. (2013). Pengaruh Persepsi Iklan, Kesadaran Merek, Citra Merek terhadap Sikap pada Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Pestisida Merek Sidamethrin 50 EC). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11 (4), 544.
- Havidz, H. B. H., & Mahaputra, M. R. (2020). Brand Image and Purchasing Decision : Analysis o Price Perception and Promotion (Literature Review of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, Vol. 1 (4), 727.
- Hidayat, D. (2020, 25 Desember). *Eksistensi Air Minum Dalam Kemasan di Ranah Digital, AQUA Pegang Kendali*. Diperoleh pada 25 Desember 2020, dari <https://infobrand.id/eksistensi-air-minum-dalam-kemasan-di-ranah-digital-aqua-pegang-kendali.phtml>
- Inayati, L. S., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 6 (4), 17–18.
- Kartika, D. (2020, 19 Maret). *Info Terbaru Harga Air Mineral Berbagai Ukuran (All Merek)*. Diperoleh pada 10 Maret 2021, dari <https://harga.web.id/daftar-harga-air-mineral-berbagai-ukuran-all-merek.info>
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek AQUA (Studi pada Masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 4 (1), 7.

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model : Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 2 (8), 621.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy... Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: PT. Skripta Media Creative.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Jual Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ok Smart Shop Marelan. *Jurnal Manajemen Tools*, Vol. 10 (2), 15–16.
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity*, Vol. 1 (5), 448.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sanjaya, L. R., & Hidayat, I. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Yamaha NMAX. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 7 (11), 13.
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, Vol 76, 9.
- Setiawan, A. (2020, 25 Desember). *Teguk Kesegaran Airnya, Lindungi Kesehatan Masyarakatnya*. Diperoleh pada 25 Desember 2020, dari <https://indonesia.go.id/ragam/komoditas/ekonomi/teguk-kesegaran-airnya-lindungi-kesehatan-masyarakatnya>
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Topbrand-award. (2020, 25 Desember). *Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan*. Diperoleh pada 25 Desember 2020, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top Brand&tbi_year=2020
- Yanti, M. O. Z., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian AQUA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 5 (5), 1, 13.
- Yulianingsih, Kartini, T., & Kurniawan, D. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek dan Persepsi Harga. *Jurnal Manajemen*, Vol. 9 (1), 8–10.
- Yuliantari, K., Oktiani, N., & Widayati, K. D. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

