

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. "Mba-598 Managing Brand Equity." (2020).
- Aaker, David A. 2018. Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Alih Bahasa Oleh Aris Ananda. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Apsari, N. W. R. D., Wimba, I. G. A., & Masyuni, I. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Cleo Di Kota Denpasar. *Widyaamrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(7), 1350-1360,
- Apsari, N. W. R. D., Wimba, I. G. A., & Masyuni, I. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Cleo Di Kota Denpasar. *Widyaamrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(7), 1350-1360,
- Ardiansyah, M., & Rokhmi, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Cleo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 6(6).
- Arilia, D. P. G., & Mart, C. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Oasis: Studi Kasus Pada Masyarakat Cipayung, Kota Depok. *Eleste: Economic Skill Journal*, 2(2), 105-111.
- Arinawati, E & Suryadi, B (2021) Penataan Produk Smk/Mak Kelas Xii. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Bisnis Pemasaran.
- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia
- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Le Minerale 600ml Di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 250-256.
- Ely, E., & Suryadi, B. (2021). Penataan Produk. Gramedia Widiasarana. Indonesia.
- Eram Tunggal P, "Pengelolaan Sumber Air Di Desa Jawesari Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal", *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, Kemas 8 (1) (2012), 18
- Fachrurazi, H., Kuswibowo, C., Azanda, S. H., Sia, M. S., Chadidja, S. R., Muhamad, L. F., ... & Nia Sonani, S. E. (2023). Perilaku Konsumen. Cendikia Mulia Mandiri.

Firmansyah, M. A. (2023). Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy. Penerbit Qiara Media.

[Http://Balaiyanpus.Jogjaprovo.go.id/Opac/Detail-Opac/?Id=1187](http://Balaiyanpus.Jogjaprovo.go.id/Opac/Detail-Opac/?Id=1187)

[Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/12/01/Aqua-Merek-Air-Mineral-Dalam-Kemasan--Paling-Favorit-Di-Indonesia](https://Databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/Aqua-Merek-Air-Mineral-Dalam-Kemasan--Paling-Favorit-Di-Indonesia)

[Https://Investabook.Com/Industri-Amdk-Bisnis-Komoditas-Dengan-Prospek-Luas/](https://Investabook.Com/Industri-Amdk-Bisnis-Komoditas-Dengan-Prospek-Luas/)

[Https://Jakpat.Net/Info/Top-7-Merek-Air-Mineral-Dalam-Kemasan-/](https://Jakpat.Net/Info/Top-7-Merek-Air-Mineral-Dalam-Kemasan-/)

[Https://Snips.Stockbit.Com/Unboxing/Cleo-Tumbuh-Ekspansi-Dalam-Industri-Yang-Terfragmentasi](https://Snips.Stockbit.Com/Unboxing/Cleo-Tumbuh-Ekspansi-Dalam-Industri-Yang-Terfragmentasi)

Ibrahim, M. (2021). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee (Doctoral Dissertation, Prodi Manajemen).

Jepen, L., Alam, H. S., & Mustakim, M. (2023). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Kenzy Profil Melalui Media Komunikasi Pemasaran Terpadu. Patria: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 39-45.

Kotler, P Dan Armstrong. 2018. Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta. Kotler, P Dan Keller, K.L. 2016.

Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing, Ebook, Global Edition: Principles Of Marketing*. Pearson Higher Ed.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 3.0: From Products To Customers To The Human Spirit (Pp. 139-156). Springer Singapore.

Kotler, Philip, (2017), Principles Of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Kusuma, A. W., Isfandayani, I., Putra, P., Isnandar, F. R., & Fahlevi, R. (2023). Penguatan Manajemen Pemasaran Syariah Berbasis Digital. *Al-Ihsan: Journal Of Community Development In Islamic Studies*, 2(1), 14-32.

Murtini, A. (2019). Zamhari, And Oktalina G. Analisa Bauran Pemasaran (7p) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Jurnal Progresif Manajemen Bisnis, 6(4), 288-298.

Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

Ngatno, N., Azhar, S., & Sepfera, M. (2017). Analisis Kinerja Saluran Pemasaran Industri Kecil Studi Kasus Pengusaha Tahu Mekar Sari Di Kelurahan Pematang Kandis Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin. *Jas (Jurnal Agri Sains)*, 1(1).

Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Tvs. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.

- Permatasari, D., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Club. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1107-1117.
- Pratama, I. P. P., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Ades Di Wilayah Rungkut Surabaya. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1180-1184.
- Roncalangi, V., Walenta, A. S., & Taariwuan, S. A. (2023). Strategi Pemasaran Layanan Jasa Tabungan Pada Masa Pandemi: Studi Kasus Pt Bank Negara Indonesia Kcp. Poso. *Interdisciplinary Journal (Ide)*, 1(2), 46-57.
- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228-233.
- Setijo Pitojo Dan Eling Purwantoyo, *Deteksi Pencemar Air Minum*, (Semarang: Aneka Ilmu, 2019)
- Sihabudin Dkk. 2021. *Ekonometrika Dasar: Teori Dan Praktik Berbasis Spss*. Banyumas: Pena Persada.
- Sinaga, A. N. A., Nasution, M. I. P., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm Intancake's. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 63-73.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv. Tauwi, T. (2023). Pengaruh Persepsi Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Pada Cv. Marasa Ameroro. *Satukata: Jurnal Sains, Teknik, Dan Studi Kemasyarakatan*, 1(2), 51-60,
- Tauwi, T. (2023). Pengaruh Persepsi Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Pada Cv. Marasa Ameroro. *Satukata: Jurnal Sains, Teknik, Dan Studi Kemasyarakatan*, 1(2), 51-60,
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy
- Yaniria, L., & Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Pasca Sarjana Stie Bangkinang*, 2(1), 50-59.
- Zakaria, M. T., & Tresnati, R. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemesana (Amdk) Mereka Cleo. *Prosiding Manajemen*, 6(2), 894-898.