

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *JIMEA*, 6(3).
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2271/1145>
- Alfiansyah, M., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Utilitarian Value, Hedonic Value, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1(4). <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JRIME/article/view/798/749>
- Andrian, Wahyu Putra, C. I., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *PERILAKU KONSUMEN*. Rena Cipta Mandiri.
- Ardiyansyah, N., & Purnama, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 323–345.
- Cahyaningtyas, C. A., & Budiarti, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA DIMEDIASI CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER CAMILLE DI SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7).
- Dilasari, Y. S. R., & Zubadi, H. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RABBANI STORE DI KOTA MAGELANG. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*.
- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (2021). 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 Manajemen*, 6(2), 250–256.
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEREK ALDO (STUDI KASUS DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 189–199.
<https://www.usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/view/117/95>
- Fera, M. P., Asmin, A. E., & Gunawan, R. (2023). Brand Image Memediasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 23–40.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publication.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Islamiah, F., Rusmiati, & Adawiah, R. (2023). Peran citra merek sebagai mediasi pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(3).
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/download/13626/2611>
- Junaidi. (2021). *APLIKASI AMOS dan STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)*. UPT Unhas Press.
https://www.researchgate.net/publication/356712040_APLIKASI_AMOS_dan_STRUCTURAL_EQUATION_MODELING_SEM
- Laoli, Y., & Hasan, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN DI KOTA BANGKINANG. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(1), 50–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.55768/jrmi.v2i1.20>
- Mappedeceng, R., & Fhaikhoh, N. (2022). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Arthess PT. Lingga Harapan Jambi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 20–28.
- Meliantari, D. (2023). *PRODUK DAN MEREK (Suatu Pengantar)*. Eureka Media Aksara.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518.
<https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/1539/1202>
- Nadiya, H. F., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace . *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1096–1104.

- Novel, A. H., Victor Kamanda, S., & Hermansyah, T. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL AQUA. *Jurnal AL-AMAL*, 1(1), 33–38.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., & Rosmawati. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Nasya Expanding Management.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL*. Media Sahabat Cendekia.
- Rahadi, D. R. (2023). *PENGANTAR PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)*. LENTERA ILMU MADANI .
https://www.researchgate.net/publication/372827232_PENGANTAR_PARTIAL_LEAST_SQUARES_STRUCTURAL_EQUATION_MODELPLS-SEM_2023
- Resmiwati, I., Lukiana, N., & Kasno. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta di Toko Hera Hijab Tempeh Lumajang. *Jobman : Journal of Organization and Business Management*, 6(1), 364–372.
- Top Brand Award. (2024). *Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan*. Www.Topbrand-Award.Com. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2022&type=subcategory&tbi_find=AIR%20MINUM%20DALAM%20KEMASAN
- Windariana, R. (2024). *Perlu Belajar Nih! Begini Strategi AQUA Menguasai Pasar Air Mineral di Tanah Air*. Ukmindonesia.Id. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/perlu-belajar-nih-begini-strategi-aqua-menguasai-pasar-air-mineral-di-tanah-air>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.