

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianantama, R. A. (2024). Dampak Kualitas Produk , Harga , Dan Kualitas Layanan. Rahmanto, B. T., 7, 287–298.
- Air minum biru. (n.d.). <https://airminumbiru.com/> Saturday (March, 1. 2025)
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd, 1(2), 1-5
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. PILAR, 14(1), 15-31
- ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, ULASAN KONSUMEN, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DI KALANGAN MAHASISWA DI CIKARANG. (2025). *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 162-167. <https://doi.org/10.61787/w0nz4747>
- Armahadyani. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Pae Mur Karawang. Jurnal Manajemen & Bisnis <https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253>
- Arman. (2022). Introduksi Manajemen Pemasaran
- Aulia Mallombasang, A. D., Furwanti , R. ., & Aprilius , A. . (2020). Analysis Product Quality and Price on Purchase Decision of Drinking Water in Packaging Aqla. *Economics and Digital Business Review*, 1(2), 112–119. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v1i2.15>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Statistik kesejahteraan rakyat 2023. <https://www.bps.go.id/publication/2023/10/27/bc5b86dd8f16cd0640aa278b/statistik-kesejahteraan-rakyat-2023.htm>
- Barreto, J. S., Dewi, L. K. C., & Ximenes, L. (2023). The influence of brand image and product quality on purchase decisions of packaged drinking water in Liquiça District, DILI – Timor Leste. Barreto | *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v10i1.4399>
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023, May). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). In *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 189-199).
- Firmansyah, M. A. (2019a). Buku Pemasaran Produk dan Merek (Issue August).

- Firmansyah, M. A. (2019b). Pemasaran (Dasar dan Konsep). June
- Foster, B. (2017). Impact of brand image on purchasing decision on mineral water product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1). <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>
- Garaika., & Darmanah. (2019). Metodologi Penelitian. Lampung : CV HIRA TECH.
- Hidayat, A. (2021). F Tabel Lengkap Beserta Cara Mencari dan Membacanya. Bisa Download. *Statistikian*. <https://www.statistikian.com/2017/12/f-tabel-lengkap.html>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan.
- Kemenkes – Permenkes No 492 Tahun 2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum - TP2S. (n.d.). <https://stunting.go.id/kemenkes-permenkes-no-492-tahun-2010-tentang-persyaratan-kualitas-air-minum/>
- Kepuasan Pelanggan di CV. Tirta Semesta Indonesia: Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga. (n.d.). <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jupiman/article/view/4166/4094>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=yqc5EAAQBAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2.
- Liyono, A. (2022). Pengaruh brand image, electronic word of mouth (E-WOM) dan harga terhadap keputusan pembelian produk air minum galon crystalline pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73-91.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2022). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. V(2). <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Mokodompit, M. R., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520-524.
- Momou, D., Fathorrahman, F., & Pradiani, T. (2024, November 25). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variable Intervening Pada AMDK Lokal Produk Mamuya*. Momou | Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan. <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/3867/1921>

- Muhamad, N. (2023). Mayoritas rumah tangga Indonesia konsumsi air minum kemasan.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/27/mayoritas-rumah-tangga-indonesia-konsumsi-air-minum-kemasan>
- Najwah, J., & Chasanah, A. N. (n.d.). PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CONSUMER REVIEWS, HARGA, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKOPEDIA.
- Nikmah, L. F., & Rosia, N. R. (2023). Effect of product quality, brand trust, and brand image on the brand loyalty of AQUA. *International Economic and Finance Review*, 2(2), 1–19. <https://doi.org/10.56897/iefr.v2i2.30>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, R., Fathihani, F., Johannes, R., Kristia, K., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nursulis, M., & Muspawi, M. (2024). ANALISIS FUNGSI DAN PENTINGNYA LANDASAN TEORI DALAM PENULISAN KARYA ILMIAH. *EDU RESEARCH*, 5(3), 90-97. <https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.231>
- Pengaruh Bauran eceran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Butik Batik Tasik Di Bandung*. (n.d.). <https://123dok.com/document/lzgdwj6z-pengaruh-bauran-eceran-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-bandung.html>
- PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO PULAUBEKU BOGOR*. (n.d.). <https://namara-feb.unpak.ac.id/index.php/namara/article/view/136/109>
- Priandana, D., & Sitepu, N. (2024). Strategi Pengembangan Pola Kerjasama Tim Pada Gen Z Berbasis Media Digital. *HARVESTER: Jurnal Teologi dan Kepemimpinan Kristen*, 9(1), 13-25.
- Purwadi, Dkk. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Pemasangan Lokasi Strategis Wifi.Id Pada Telkom (Studi Kasus Pada Pemasangan Wifi.Id Di Beberapa Lokasi Medan Menggunakan Metode Oreste. STMIK Triguna Dharma, Medan). *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 19(1).
- Putri, F. H., Febriyantoro, M. T., Zulkifli, Z., Suleman, D., Saputra, F., & Suyoto, T. (2022). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON LE MINERALEBRANDDRINKINGWATER. *jiemar.org*. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i6.441>

- Rahma, C. S., 1*, Farida, L., & Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang, East Java, Indonesia. (2024). The influence of product quality, price, brand image and excellent service on consumer satisfaction (Study on Aqua Products in Malang City). In *American Journal of Economic and Management Business: Vol. Vol. 3* (Issue No. 7).
- 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
- SoboHarsono, M. A. D., & Saputro, E. P. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Subekti, E. P. (2023). Pengaruh Distribusi Air Dan Kualitas Air Terhadap Kepuasan Pelanggan Perumdam Tirta Pandalungan Kabupaten Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 13(1), 37-46.
- Sudirman, A., Ratih, S. D., Manggabarani, A. S., Soegoto, A. S., Ratnasari, K., Burhanudin, J., Sari, P. N., Mardianto, D., Nugroho, H., Kesuma, T. M., Amin, M. A. N., Isabella, A. A., & Utami, M. M. (2022). Manajemen Pemasaran Kontemporer. In E. P. Sari (Ed.), Penerbit Wdina. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suharto, 2016. Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. *Jurnal Derivatif Vol.10 No.1*. Hal: 26-44.
- Sussanto, H., & Alfarizi, M. (2023). THE IMPACT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE PERCEPTION ON BOTTLED MINERAL WATER (BMW) PURCHASING DECISION IN JABODETABEK. *International Journal Multidisciplinary Science*. <https://doi.org/10.56127/ijml.v2i3.1169>.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan promosi terhadap proses Keputusan Pembelian. . *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(2), 146–154.
- Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta. *Penerbit Andi Offset*.
- Tjiptono. (2019). Pemasaran Jasa Edisi Terbaru. Andi.
- Udayani, A. R. ., & Suryani, T. (2022). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek Dan Citra Merek Adidas Serta Dampaknya Pada Niat Beli Konsumen. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 1(2 Juni). <https://doi.org/10.32524/kkjm.v1i2 Juni.738>

- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. AlFathonah, 1(1), 342-351.
- Wahyuni Hasibuan. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 1
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh iklan, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kartu simpati di Institute Perbanas. *Jurnal studi manajemen dan bisnis*, 3(1), 13-30.
- Wikipedia contributors. (2025, January 21). *Eight dimensions of quality*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Eight_dimensions_of_quality
- Yanto, T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Artikel Skripsi, 1.

