

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2020). *Citra merek dan pengaruhnya terhadap minat beli ulang air kemasan bermerek. ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 2(3), 88–93.
- Annur Cindy M (23 Februari 2023), *Merek Air Mineral Paling Sering Dikonsumsi Oleh Masyarakat Indonesia Dalam Setahun Terakhir Januari 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/produk/konsumen/statistik/90d6df0143ac01b/aqua-dan-le-minerale-dua-merek-air-mineral-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>.
- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII. (1 ed.)*. Penerbit Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Candra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). Event Marketing, E-WOM, *Citra Merek Terhadap Niat Beli: Konsep dan Aplikasi (1 ed.)*. Penerbit Intelektual Manifest Media dan Penulis. DOI:[10.14445/23939125/IJEMS-V9I12P105](https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V9I12P105).
- Cartwright, S., Liu, H., & Davies, I. A. (2022). *Influencer marketing within business-to-business organisations*. *Industrial Marketing Management*, 106.
- Damayanti, E.R & Sulaeman, E. 2023. *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 9(2), 162-176.
- Dewi, N. N., & Wibowo, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket*. *Ecopreneur*.12, 4(1), 30. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i1.919>.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). *Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah*. *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 73–79.

- Fazlyn (Petersen, 2021) berjudul *"Impact of Culture on the Adoption of Diabetes Self-Management Applications: Cape Flats, South Africa"*. University of the Western Cape.
- Firmansyah Heri (2024), *Data Kementerian Perindustrian tahun 2023*, seminar dan pelatihan bisnis depo air minum (27 Juni 2024), <https://www.rri.co.id/lain-lain/788682/asdamindo-31-78-persepsi-penduduk-indonesia-minum-air-isi-ulang>,
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. Productivity*, 2(1), 69-72.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (edisi ke-10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, & Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cv.Pustaka Ilmu Grup.
- Kakisna, M., & Yenny, L. (2021). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Makanan, Dan, Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan KFC Cabang Kakialy Di Ambon. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, III(4), 1118–1126.
- Karim, R. (2021). *Definisi Operasional: Tujuan, Manfaat Dan Cara Membuat*. DEEPUBLISH.
- Krisna Pramudia P Wibowo, Ustad Sholihin, dan Beny M Saputra (2023), *Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Percetakan Maskumambang Kediri*. ejournal-nipamof.id. DOI: <https://doi.org/10.59603/ppiman.v1i4.126>.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*, 18th Global Edition (18th Editi). Pearson.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*, 16th Edition (16th editi). Pearson.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di*

- Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota*. Jurnal Matua, 4(2), 375–386.
- Manyu, A., Saroh, S., Zunaidah, D., Studi, P., Bisnis, A., Administrasi, F. I., Malang, U. I., Mt, J., Malang, H., Universitas, L., Malang, I., Mt, J., & Malang, H. (2022). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian kfc*. 11(1), 253–262.
- M. Nurlina. (2020). *Pengaruh citra merek, persepsi harga dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee (studi kasus warga ungu permai blok m)*. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2(2004), 6–25.
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit CV. Jakad Media Publishing.
- Nurliati, & Mardian, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima. Manajemen Dewantara*, 5(1), 78–92. <https://doi.org/10.26460/md.v5i1.9651>.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi (1 ed.)*. Penerbit PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Pertiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya) (1 ed.)*. Penerbit Deepublish.
- Pramuditha, C. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi , Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang*.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G.P.E Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Rahmadani, S., Rosmanely, & Nurliyah. (2022). *Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan (1 ed.)*. Penerbit CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Salsabilaí, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota*

- Semarang*). SEIKO : Journal of Management & Business, 5(1), 156–167.
DOI: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1902>
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* (Edisi ke 2).
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen ,
Ekonomi, dan Akuntansi). 5(3), 1171–1184.
- Sihombing, L.A., Suharno, S., Kuleh, K. & Hidayati, T. (2023). *The Effect of Price
and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand
Image* International Journal of Finance, Economics and Business, 2(1), 44-60.
DOI: [10.56225/ijfeb.v2i1.170](https://doi.org/10.56225/ijfeb.v2i1.170)
- Utami, Y. (2023). *Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja
Dosen Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21-24.
<https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
- Witama & Keni, (2020) The Impact of Brand Image, Perceived Price and
Service Quality Toward Customer Satisfaction.
- Utami, Y., & Pratama, R. (2022). *Harga kompetitif dan loyalitas pembelian: Studi
pada konsumen air minum isi ulang. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*,
8(3), 45–60.
- Wowor, C. A. S., Lumanuw, B., & Ogi, I. W. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga
Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota
Manado. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan
Akuntansi*, 9(3).
- Yuli Master Hutagalung, Handoyo Djoko Waluyo (Tahun, 2020), *Pengaruh Orientasi
Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing
Berkelanjutan Melalui Inovasi Produk*. Vol 9, No 3 (2020).