

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Agustin, A. D. A., & Aliami, S. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan “Songo” Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(3), 1349–1358.
- Amin, A. M., & Natasha, S. (2019). Analysis of The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Purchase Decision of Nestle Pure Life Bottled Water Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Nestle Pure Life. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(2), 188–198. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Aziziyah, N. A., & Hakimah, E. N. (2021). Dampak Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 645–649.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, 1(2), 85–104. <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>
- Basrudin Bondar, M., Wijaya, E., & Putra, I. U. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang NN RO Bengkulu. *Jurnal Emba Review*, 3(2), 419–430. <https://doi.org/10.53697/emba.v3i2>
- DetikFinance. (2024). *Survei: Le Minerale Jadi Air Mineral Paling Banyak Dipilih Masyarakat*.
- Dewi, A. A. I. S., & Indiani, N. L. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Aqua. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(01), 87. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i01.p08>
- Eltonia, N., & Anindita Hayuningtias, K. (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. https://jdih.pu.go.id/detail-dokumen/2823/1#div_cari_detail

- Fera, P. M., Asmin, E. A., & Gunawan, R. (2023). Brand Image Memediasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 23–40. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1251>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (p. 129). Universitas Diponegoro.
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., Akmal, Y., & Iddris, J. (2019). Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25 Edisi Pertama. *Aceh. Kopelma Darussalam*, 165.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kasim, M., Wolok, T., & ... (2022). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Nabih pada CV. Anugrah Jaya di Kecamatan Popayato. *YUME: Journal of ...*, 5(3), 415–426. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.325>
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2016). Marketing Management. In *Pearson Education*.
- M. Ajis Susilo, Syariefful Ikhwan, & Slamet Bambang Riono. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Cleo. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 102–114. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i3.115>
- Mappadeceng, R., & Fhaikhoh, N. (2022). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Arthess PT. Lingga Harapan Jambi (Studi Kasus Di Kelurahan Tanjung Pinang Jambi Timur). *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 20. <https://doi.org/10.33087/eksis.v13i1.296>
- Marham, M., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo*. 2(7), 1434–1451.
- Meliantari, D. (2023). *Produk dan Merek (Suatu Pengantar)*. Cv.Eureka media aksara. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

- Novirahayu, S. Yuana, & Laksono, P. Y. (2021). Keputusan pembelian dilihat dari kualitas produk, harga, dan promosi pada toko Mrs Sheshop Tulungagung. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 24–29.
- Olivia, N. E. D., & Paramitha, D. A. (2023). Keputusan Pembelian Di Online Shop Callathrif Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 179–188.
- Permatasari, V. D., Oktini, D. R., & Mahani, S. A. E. (2022). Pengaruh Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Hijab Ansanika. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2), 881–887. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.2647>
- Ramadani, A. F., & Sudrajat, A. (2022). The Effect Of Brand Image on Drinking Water Purchase Decision In Packed Le Mineral (Case Study on Le Mineral Consumen in Karawang). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(2), 35–52. <https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.964>
- Rendi, & Ernestivita, G. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 18(2), 163–171. <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i2.1544>
- Rivaldo, Y., Wibowo, E. A., Hasibuan, R., Anggraini, D., & Arnesih. (2021). Analisis Dampak Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (JMOB)*, 1(2), 149–157.
- Rizda, Sabrina Putri, Puspitasari, Ismayantika Dyah, & Paramitha, Dyah Ayu. (2024). Analisis citra merek, kualitas produk, kemasan terhadap keputusan pembelian pada ud padi desa Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 80–89.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Original Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 42–53.
- Stephany Claudya, & Neng Siti Komariah. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 115–124. <https://doi.org/10.31599/jiam.v17i2.703>
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). CV. Andi Offset.

Wardhana, A. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. In *Brand Marketing: the Art of Branding* (Issue January).