

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, R. N. (2015). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian*.
- Amrullah, Siburian, P. S., & SA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Ekonomi Dan Manajemen*, 13.
- Armstrong, P. K. & G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa Bob Sabran, Jilid 1 dan 2* (Bahasa Ind). Erlangga.
- Armstrong, P. K. & G. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition* (14th ed.). Pearson Education.
- Coca - Cola Amatil Indonesia. (n.d.). *Ades*. <http://coca-colaamatil.co.id/products/index/40.46.107/ades>
- Coca Cola Indonesia. (n.d.). *Ades Perkuat Komitmen terhadap Lingkungan dan Masyarakat melalui Semangat Cintai Air, Cintai Hidup*. <https://www.cocacola.co.id/cerita/ades-perkuat-komitmen-terhadap-lingkungan-dan-masyarakat-melalui-semangat-cintai-air-cintai-hidup>
- Coca - Cola Amatil Indonesia. (2020). *Sejarah CCAI*. <http://coca-colaamatil.co.id/pages/index/45.40.107/coca-cola-di-indonesia>
- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). *Memabngun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek*. 12.
- Fix Indonesia. (n.d.). *Eco-Lifestyle, Perubahan Kecil Berdampak Besar*. <https://www.fixindonesia.com/eco-lifestyle-dari-berbagai-segi/>
- Ghanimata, F. (2012). *Produk , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi*, 1–54.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling* (II). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, P. K. & K. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid Pertama & Kedua* (12th ed.). PT. Indeks.
- Keller, P. K. dan K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Keller, P. K. dan K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Cetakan ketiga belas. Jilid 1*. Erlangga.
- Nia safitri Dewi dan Rokh Eddy Prabowo. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Posiding SENDI_U 2018, 2016*, 978–979.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *Bisnis, Manajemen & Akuntansi*, 4.
- Olson, J. P. P. & J. C. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd* (4th ed.). Erlangga.
- Pitamakoro, P., Pitamakoro, P., & Dr. Tony Wijaya, S.E., M. M. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan (Studi Kasus Pada Top Coffee Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(1), 84–92.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/12893/pdf>
- Robby, M., & Andjarwati, A. L. (2016). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Mc Donalds*. 4.
- Samari, H., & Kurniawan, R. (2015). *PENGARUH CITRA MEREK , PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK , TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN AIR MINERAL MEREK AQUA (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri Pada Tahun 2015) EFFECT OF BRAND IMAGE , THE PERCEPTION OF PRICE AND QUALITY PRODUCTS , ON PURCHASE DECISION DRINK MINERAL WATER AQUA BRAND (Case Studies Faculty of Economics , University Nusantara PGRI Kediri In the Year 2015) Oleh : SEPTIAN ADI PUTRO NUGROHO Dibimbing oleh : SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017*.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Setianingsih, N. F., & Nurhadi. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)*. 2, 82–90.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soliha, W. M. & E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Dan Call For Papers Unisbank, ISBN: 9-789-*

7936-499-93, 755–762.

- Solomon, M. R. (2000). *Consumer Behavior. Buying, Having and Being* (5th ed.).
- Sopiah, E. M. S. &. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. ANDI.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarsono, H. S. (2004). *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Cetakan Ketiga*. PT. Remaja Posdakarya.
- The Coca Cola Company. (2018). *Misi, Visi & Nilai*.
<https://www.cocacola.co.id/perusahaan-kami/misi-visi-nilai>
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran Cetakan Keenam* (kedua). Andy.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.
- Top Brand Award. (n.d.). *Top Brand Index Ades*. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=ades. Diakses tanggal 16 Maret 2020, pukul 20.000 wib.