

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Salam, & Abdiyanti, S. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Kecamatan Sumbawa). *Accounting and Management Journal*, 6(1), 60–68. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2204>
- Agustina, E. D. (2020). Pengaruh Life Style, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Di Ngawi. *Jurnal Ekomaks : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(1), 18–21. <https://doi.org/10.33319/jeko.v9i1.49>
- Angguelyna, S., Slamet, A. R., & Mahardani, A. S. (2024). Pengaruh Lifestyle, Quality Product, Online Customer Review, Dan Online Customer Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1718–1727. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Aningtyas, E. S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya Di Outlet Kediri*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, S., & Bancin, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In U. Saripudin (Ed.), *Cv Widina Media Utama*. Cv Widina Media Utama.
- Arlin, D. V., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembangan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion pada Dealer Lautan Teduh di Purbolinggo. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(2), 102–110. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i2.542>
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 37–44.
- Dahmiri, Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>

- Djogo, O. Y. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(1), 43–47. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v2i1.76>
- Erniwati, & Devi, N. (2021). Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarikklan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Point Equilibrium Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 117–122. <https://ojs.unisbar.ac.id/index.php/jpema/article/view/56/42>
- Fadhlurrahman, A. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Pengguna Iphone Di Kota Malang*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur.
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 14(2), 86–95. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>
- Fibriany, F. W., Tannady, H., Fajri, M. I., Hariono, B., Setyawan, A. A., Susanto, P. C., Magdalena, & Widjayanti, C. E. (2022). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan Service Quality dan Brand Image ( Studi Kasus Pelanggan Produk Zara Indonesia ). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5416–5421.
- Frans Talu, P., & Agus, K. (2022). Pengaruh pemasaran secara digital, harga, dan promosi summer sale di platform steam terhadap keputusan pembelian steam e-wallet. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Gunawan, A. A. L., & Winarti, A. (2022). Pengaruh Aplikasi Dompnet Digital Terhadap Transaksi Dimasa Kini. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 352–356.
- Handayani, J., Derriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen Shopping Goods. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91–103. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Irfan, M. A. (2023). *Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik*. Universitas Binaniaga Indonesia.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Januar, M. F., Harahap, D. A., & Saraswati, N. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust terhadap Purchase Decision

- Smartphone Merek Oppo di Kecamatan Majalaya. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 4(1), 113–119. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.10346>
- Karimah, A., & Nidianti, E. (2023). Pengaruh Pemberian Minuman Isotonik Terhadap Hasil Pemeriksaan Kadar Bun & Kreatinin Pada Mencit (Mus Musculus). *Jurnal Analis Laboratorium Medik*, 8(2), 130–137. <https://doi.org/10.51544/jalm.v8i2.4605>
- Kartika, I., & Fariza, M. (2022). Analisa 7P Marketing Mix Untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran Padaperumahan Grand Sutawangimajalengka. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(1), 13–20. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Kasih, N. L. S., Winata, I. G. K. A., & Sanjaya, N. M. W. S. (2021). Peran Customer Relationship Management, Service Quality, Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STIE Semarang*, 13(3), 135–145.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Lutfia, W. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Uht Indomilk Di Swalayan Kota Surakarta*.
- Lombok, E. V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953–964. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Maimunah, S., & Rosita. (2020). Pengaruh Security, Brand Name dan Word of Mouth terhadap Brand Trust pada Pembelian Produk Nature Republic Soothing and Moisture Aloe Vera 92% Soothing Gel (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Unimal. *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1), 7–14.
- Malichah, S., & Wiwoho, G. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Brand Image terhadap Purchase Decision dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), 1139–1156. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i6.963>
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponorogo. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2703>
- Marlina, R. (2020). *Efek samping sering konsumsi minuman isotonik*. Alodokter. <https://www.alodokter.com/komunitas/topic/elektrolit-tubuh>

- Morisson, B. (2022). *Brand Image Dan Life Style Dapat Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Isotonik*  
(Studi pada Konsumen di Kota dan Kabupaten Sukabumi). *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesional*, 13(1), 15–31.
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nur'aeni, W., & Saputri, M. E. (2021). *Pengaruh Event Marketing Terhadap Minat Beli Minuman Isotonik (Studi Pocari Sweat Run Bandung)*. 8(1), 266–274.
- Nurzak, A. N., Auliah, S. M., Khaerani, & Yunus, A. (2021). Review Article: Formulasi Pembuatan Minuman Isotonik Berbahan Baku Air Nira Pohon Aren (*Arenga pinnata merr.*) dan Sari Buah Belimbing Wuluh (*Averrhoa bilimbi L.*). *Jurnal Medika Utama*, 2(3), 935–939.
- Otsuka, P. A. I. (2024). *Sejarah Otsuka*. <https://www.aio.co.id/>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Permatasari, D., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Club. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1107–1117. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4119>
- Pranastama, P. D., Melati, N., Listyaningsih, E., & Wahyuni, T. (2024).  
Pengaruh Alarm Minum Terhadap Status Dehidrasi Melalui Tabel Warna Urine Pada Siswa Kelas Xi Sma  
Negeri 1 Pakem Mahasiswa Sarjana Keperawatan ( STIKES Bethesda Yakkum ) Dosen Keperawatan ( STIKES Bethesda Yakkum ) Dehidrasi merupakan suatu kondisi kurangi. *STIKES Bethesda Yakkum*, 3(1), 104–111.
- Pratiwi S, B. R., & Ristanti, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Non Bpjs di Klinik Abadi Jaya Depok. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(24), 603–609.
- Prihandani, S. M., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(2), 463–476.
- PT Amerta Indah Otsuka. (2024). *Pocari Sweat Run Indonesia 2024 Perkuat Ekosistem #Saferunning Dengan Dukungan Tiga Kementerian : Kemenparekraf, Kemenpora, Dan Kemenkes*.

PT Amerta Indah Otsuka. <https://www.aio.co.id/news/pocari-sweat-run-indonesia-2024-strengthens-saferunning-ecosystem-with-support-from-three-ministries-ministry-of-tourism-and-creative-economy-ministry-of-youth-and-sports-and-ministry-of-health>

- Putri Anjaswati, D., & Istiyanto, B. (2023). Pengaruh Brand Trust, E-wom, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee di Solo Raya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 51–61. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JREA/article/view/262>
- Putri, S., & Sari, N. (2021). *Pengaruh Brand Trust Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Mall Of Indonesia (Studi Kasus Pada Masa Pandemi Covid-19)*.
- Rachman, A. Z. M., & Firmansyah, M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di BadKidsWear Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 174–184.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Ramadhani, H., Supeni, R. E., & Setianingsih, W. E. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina Di Masa Pandemi Covid-19. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 402–409. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.94>
- Ratu, C. A., Anggraeni, D. F., Eka, S. C., & Miftah, Z. P. Z. (2022). *Kemampuan membaca label gizi dengan konsumsi makanan dan minuman kemasan tinggi gula*. 1–14. [https://www.researchgate.net/publication/366578320\\_Kemampuan\\_Membaca\\_Label\\_Gizi\\_dengan\\_Konsumsi\\_Makanan\\_dan\\_Minuman\\_Kemasan\\_Tinggi\\_Gula](https://www.researchgate.net/publication/366578320_Kemampuan_Membaca_Label_Gizi_dengan_Konsumsi_Makanan_dan_Minuman_Kemasan_Tinggi_Gula)
- Safire, E. D., & Purhadi. (2023). Pemodelan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kasus Diabetes Melitus di Jawa Timur Menggunakan Geographically Weighted Generalized Poisson Regression dan Geographically Weighted *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(24), 603–609. <https://doi.org/10.12962/j27213862.v6i1.12623>
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Setyawati, B. N., & Santoso, E. B. S. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Singgah Kedai Kopi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 662–667.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu

- Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA*, 9(4), 841–850.
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Sofyan, M., Rulandari, N., & Sari, Y. (2021). Analisis Proses Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Mall Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 306–315. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4019>
- Soka, D. C. M. (2023). Peran *Brand Trust* dan *Brand Engagement* Dalam Memediasi *Perceived Value* dengan Loyalitas Merek (Studi Kasus Industri Iphone Di Indonesia). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 453–466. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Sutomo, & Purwanto, N. H. (2023). Pengaruh Konsumsi Tisane Daun Belimbing Wuluh Terhadap Perubahan Kadar Gula Dalam Darah Pada Penderita Diabetes Mellitus Tipe 2. *Jurnal Keperawatan*, 16(1), 1–15. [https://doi.org/10.1016/s1138-3593\(01\)73932-9](https://doi.org/10.1016/s1138-3593(01)73932-9)
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen SistemInformasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Urtubia, N. M., Muñoz, A. V., Muñoz, C. E., Sepúlveda, G. S., Barraza, N. C., & Castillo, D. (2023). Healthy Behavior and Sports Drinks: A Systematic Review. *Nutrients*, 15(13), 1–14. <https://doi.org/10.3390/nu15132915>
- Utami, S., & Eveline, T. Y. E. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Silver Queen di Kota Malang. *Jurnal Maneksi*, 10(1), 35–40.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store’S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14.

<https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>

Yunita, J. I. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pocari Sweat Di Jakarta.*