

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Aqua. (2023). *Air Kemasan Galon Aqua Aman Karena Telah Memiliki Izin Edar Bpom*. <https://www.sehataqua.co.id/air-kemasan-galon-aqua-aman-karena-telah-memiliki-izin-edar-bpom/>
- Ariasa, M., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Yang di mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Kelurahan Dinoyo, Malang) Oleh. *Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(4), 113–131.
- Dewi, N. N. K. (2023). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Aqua (Studi Kasus Di Kota Denpasar). In *Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar*.
- Dinda Dwi Guntari, & Prihartono Aksan Halim. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Envyygreen Skincare). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 295–307. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.668>
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 132–135. <https://doi.org/10.35829/econbank.v5i2.317>
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>

- Fajar, S. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kembali melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salads di Pakuwon Mall Surabaya. *Agora*, 7(2), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/9116>
- Febrianoor, R., Irwansyah, I., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Miltie bubble Di Banjarmasin Yang Di Mediasi Minat Beli. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 66. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13126>
- Fembrianty, V. M. (2021). *Pengaruh Atribut Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Handphone Merek Oppo (Studi Pada Remaja Di Desa Sumberjati Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang.
- Firmansyah, R., Restuti, S., & Noviasari, H. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Smartphone. ... *Manajemen Pemasaran Dan ...*, 01(4), 426–434. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/97>
- Ghealita, V., & Setyorini, R. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat di Kota Bandung). *The New Oxford Shakespeare: Critical Reference Edition*, 2(1), 3264–3268. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00208803>
- Gika, E. N. N., Hani, R. D., Zahhra, D. A. A., Kholishah, A. N., & Maesaroh, S. S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Tasikmalaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 18–28.
- Handojo, K. J., & Santoso, N. E. (2022). Dampak Atribut Produk, Virality, Dan Rekomendasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1362–1372.
- Handriyani, P. E., & Astawa, I. G. P. B. (2022). Pengaruh Tingkat Penghasilan, Pemahaman Aturan Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kabuoaten Buleleng. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 11(01), 13–22. <https://doi.org/10.23887/vjra.v11i01.50572>
- Harahap, L. K. (2019). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hendrayanti, S., & Terini, U. (2021). the Impact of Brand Image, Brand Trust and Brand Awareness on Aqua Loyalty Brand. *Jurnal Capital : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 116–133. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i2.124>
- Hisa Faadhilah, A. T. (2023). Review: Pencemaran Bisphenol a (Bpa) Dalam

- Kemasan Galon Dan Dampaknya Bagi Kesehatan. *Farmaka*, 21, 223–229.
- Istikharotullaila, N. N. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Orientasi Belanja Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Khaira, N., Farhan Saputra, & Faroman Syarief. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.350>
- Krisdiana. (2021). *Metode Estimasi Partial Least Squares (Pls) Pada Model Persamaan Struktural (Studi Kasus: Kepuasan Mahasiswa Unila Angkatan 2018 Terhadap Kualitas Google Classroom)*.
- Kusuma, E. P. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Brand Awareness, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Mineral Aqua di Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>
- Lestari, L. (2021). Konsumsi Air Kemasan Indonesia. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, 4(2), 110–119. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v4i2.210>
- Lubis, N., Soni, D., & Fuadi, M. D. S. (2021). Pengaruh Suhu Penyimpanan Air Minum Pada Botol Kemasan Polycarbonate (Pc) Yang Beredar Di Daerah Garut Terhadap Kadar Bisphenol-a (Bpa) Menggunakan Spektrofotometri Ultraviolet. *Jurnal Kimia*, 15(2), 223. <https://doi.org/10.24843/jchem.2021.v15.i02.p14>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>

- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66. <https://ejournal-medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/525>
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i1.3498>
- Pratiwi, Y. A., & Suyanto, A. (2019). *Analisis Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Mengkonsumsi Aqua Di Indonesia*. 6(2), 2052–2060.
- Puspita, I. N. I. P. (2023). *Heboh Kandungan BPA pada Galon, Ini Tanggapan Pakar UNAIR*. <https://unair.ac.id/heboh-kandungan-bpa-pada-galon-ini-tanggapan-pakar-unair/>
- Putra, M. S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Analytical Biochemistry*, 7(2). <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Salmah, M., & Sampeliling, A. (2023). Pengaruh atribut produk dan persepsi harga serta kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. *JIMM (Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman)*, 8(1).
- Sari, N. (3023). *Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Gloz Di Bandar Lampung* [Universitas Lampung]. <http://digilib.unila.ac.id/68422/3/3>. Skripsi Tanpa Bab Pembahasan.pdf
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Samudra Biru.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Setyorini, W., Jayusman, H., FarihFR, M., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2022). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Rumah Makan Soto Lamongan Imam Jl. Iskandar Kel. Madurejo). *Magenta*, 11(1), 11–19.
- Sirait, R. M., Rajagukguk, D., & Chrisanti, V. O. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung. *Jurnal*

*Global Manajemen*, 11(1), 88. <https://doi.org/10.46930/global.v11i1.1568>

- Soekotjo, W., & Astuti, L. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Madiun). *Journal of Economy, Accounting, and Management Science*, 2(1), 1–14.
- Sulistiowati, W. N., Ibrahim, M. B. H., Irawan, A., M. M., & Pasolo, F. (2021). Analisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pembeli Produk Madu Bina Marga Wamena). *Jurnal1.Uniyap.Ac.Id*, 4(1), 2614–4190. <http://jurnal1.uniyap.ac.id/uyp/index.php/tjbmr/article/view/41>
- Todar, M. P., Tumbel, A., & Jorie, R. J. (2020). Pengaruh Persepsi Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Galon Merek Aqua. *Jurnal EMBA*, 8(3), 134–143.
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 1(1), 342–351. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Ruang Lingkup* (N. Duniawati (ed.)). Adab.
- Veronika, & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4).
- Winasis, C. L. R., Widiarti, 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.