

DAFTAR PUSTAKA

- Abroruzzeqi, M. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Air Minum Cleo di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo*. [Universitas Bhayangkara Surabaya].
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venzan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Andini, D. T. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Merek Cleo di Kota Praya. *Solid*, 11(2), 6–12. <https://doi.org/10.35200/solid.v11i2.501>
- Antoro, D. D. (2016). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Niat Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Cleo di Surabaya*. [Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas].
- Astuti, I. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*, 3(2), 29–35. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1230>
- 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>
- Dewi, N. N. (2021). Pengaruh Brand Image Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(2), 251–264. <https://doi.org/10.24905/permana.v13i2.173>

- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (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://doi.org/0.37531/mirai.v7i1.1938>
- Febrianti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 437–440. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.148>
- Fernando, S., & Simbolon, R. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 111–125.
- 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>
- Haqiqi, I. A. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian AMDK Cleo 6000ml di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang*. [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].
- Hudha, A. A., & Gunawan, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Winner Sweet Home. *Zona Manajerial: Program Studi ...*, 13(3), 121–128. <https://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/Manajerial/article/view/1542%0Ah> <https://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/Manajerial/article/download/1542/1242>
- Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki di PT. Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 3(1), 1–13. <https://journal.stie-pembangunan.ac.id/index.php/manajerial/article/view/1277>
- Mardiana, P. T., & Sari, O. yogi. (2022). Peningkatan Minat Beli Ulang dengan Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Coffee Shoop Bencoolen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 6(2), 1916–1929. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2383>
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Muflihah, O. N., Susanto, H., & Fitrianti, D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Merek Ades. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 353–362. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2035>

- Mulianingsih, S., & Kusumawati, T. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Cleo. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.56127/jekma.v3i1.1199>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Ningsih, T. R. W. S., Mulyati, A., & Yuliana, L. (2023). Analisa Dampak Promosi Below The Line Terhadap Keputusan Pembelian Sektor Elektrikal. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 1–10.
- Noneng, & Prasetyo, R. T. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek Cleo di Desa Wage, Sidoarjo*. STIE Mahardika.
- Ramadhani, M., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 200–214. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>
- Ramdhan, M., & Djuniardi, D. (2024). Peran Persepsi Harga Dalam Memoderasi Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Dikalangan Generasi Z: Bukti dari Kajian Systematic Literature Review. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 50–60. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i2.10477>
- Safari, T., Ristanto, H., & Astutik, D. (2023). Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online ShopeeFood. *Jurnal Ilmiah Aset*, 25(1), 93–98. <https://doi.org/10.37470/1.25.1.219>
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>

- Supriadi, F. F., Karmila, M., & Patimah, T. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Air Minum dalam Kemasan Merek Crystalin. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(1), 1–13. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.12806>
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 586–600. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1277>
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.