

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of a Brand Name*.
- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 25(1). <http://www.topbrand-award.com/top-brand->
- Amin, A., Widarko, A., & Arsyianto. (2023). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Unisma Angkatan 2019). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12 (1), 1181–1192.
- AQUA. (2024, October 23). *40 Tahun AQUA Bersama Indonesia*. AQUA. <https://www.aqua.co.id/40-tahun-aqua-bersama-indonesia-1>
- Ariestania, R. A., & Adriyanto A. (2024). Green Marketing dalam Membentuk Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 25(2), 159–176. <https://doi.org/10.30596/jimb.v25i2.21999>
- BBC News Indonesia. (2023, October 7). *Isu BPA dalam air minum kemasan galon, ancaman nyata atau perang dagang?* BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c51wrkrw70ko.amp?>
- BPS. (2024a, February 20). *Distribusi Persentase Rumah Tangga Menurut Kabupaten/Kota dan Sumber Air Minum di Provinsi Jawa Timur*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. <https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/3/YzBaMlduSIFVbTVrUnpWeU9YRTJka0pVTTFkU1FUMDkjMw==/distribusi-persentase-rumah-tangga-menurut-kabupaten-kota-dan-sumber-air-minum-di-provinsi-jawa-timur--2023.html?year=2023>
- BPS. (2024b, December 17). *Penjualan Produk AQUA di Kota Surabaya (2021-2024)*. BPS Provinsi Jawa Timur. <https://jatim.bps.go.id/id>
- Djailani, M. F. (2024, August 16). *Usai Temuan BPOM, Galon Guna Ulang AQUA Berbahaya?* Suara.Com. <https://www.suara.com/bisnis/2024/08/16/165019/usai-temuan-bpom-galon-guna-ulang-aqua-berbahaya?>
- Ekuatorial. (2024, December 24). *Keberlanjutan Pelabelan BPA lindungi konsumen, bukan persaingan usaha*. EKUATORIAL. <https://www.ekuatorial.com/2024/12/pelabelan-bpa-lindungi-konsumen-bukan-persaingan-usaha/?>

- Erina R. (2024, December 13). *Sinar Matahari Tak Buat BPA Bermigrasi ke Air Galon*. RMOL.ID. <https://rmol.id/kesehatan/read/2024/12/13/648493/sinar-matahari-tak-buat-bpa-bermigrasi-ke-air-galon-ini-penjasannya>
- Febrinastri F., & Firmansyah. (2024, October 17). *Hasil Riset ITB Terhadap Air Minum Kemasan Galon Polikarbonat: Aman & Telah Sesuai Standar*. Suara.Com. <https://www.suara.com/health/2024/10/17/101217/hasil-riset-itb-terhadap-air-minum-kemasan-galon-polikarbonat-aman-telah-sesuai-standar?>
- Garut, G., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 657–663.
- Halim, H., Garlinia Yudawisastra, H., Sudirman, A., Hidayatul Ummah, A., Ardiansyah, T., Teruna Awaludin, D., Puspitaningrum Mamengko, R., Damaianti, I., Ridha Siregar, M., Masripah, I., Ghozali, Z., & Meldi Kesuma, T. (2024). *GREEN MARKETING*. www.freepik.com
- Hanifah, Hidayati, & Mutiarni. (2019). *Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware*. 2(1). <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/345/228>
- Hapsah, S., Aisyah, N., Siregar, Marto, & Hendry. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Berdasarkan Kepercayaan Konsumen, Cita Rasa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pada LEGA COFFÉE & RESTO di Rantauprapat. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7 (2). <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Hasanah, & Aziz. (2021). The Analysis Of Green Marketing And Brand Image On Repeat Purchase On Consumers Of Coffee Shop In Bandung. *ASEAN Marketing Journal*, 13(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v13i1.13215>
- Hasanah, N., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah di Kota Surabaya. *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11(1), 206–214.
- Hayati, S., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. *Business Management*, 2(1). <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/Bisnis>
- Inyustisia, A., Saryadi, & Listyorini, S. (2024). Pengaruh Green Product, Green Price Dan Environmental Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Bodyshop Di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 243–252. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

- Istana UMKM. (2024, September 18). *Cari Tahu Perubahan BPOM Mengenai Label Pada Produk AMDK*. ISTANA UMKM. <https://istanaumkm.pom.go.id/artikel-kosmetik/cari-tahu-perubahan-bpom-mengenai-label-pada-produk-amdk>
- Juliano, C. C., Leoparjo, F., Nugroho, A., & Oentario, Y. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Customer Satisfaction Terhadap Minat Beli Ulang pada Usaha Online Shop Cecile's Lasagna*. 11(1), 15–27. <https://doi.org/10.9744/jmp.11.1.15-27>
- Kirgiz. (2016). Green Marketing: A Case Study of the Sub Industry in Turkey. *In Sustainability (Switzerland)*, 11(1).
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kusaeri, Quddus, & Zayadi. (2021). *Statistik Penelitian In L. A. D. M.* 5(3).
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 34–42.
- Liputan6.com. (2023, March 24). *Ini Rahasia Pengelolaan Sumber Daya Air di Industri AMDK*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5241802/ini-rahasia-pengelolaan-sumber-daya-air-di-industri-amdk?>
- Liyono. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Bisnis*, 3 (1), 73–91.
- Lutfi, & Kirono. (2023). *Pengaruh Green Product, Green Price, Green Promotion Dan Green Place Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Tupperware Di Kabupaten Gresik*. 6, 2580–2127. <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v7i4>
- Maghfiroh, M. L., & Mandasari, V. (2024). International Journal Of Multidisciplinary Research And Literature The Influence Of Digital Tiktok Marketing Content On Brand Image In Kemaiu Products. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature IJOMRAL*, 3(1), 57–63. <https://doi.org/10.53067/ijomral.v3i1>
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam transaksi di e-commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123.
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada di Surabaya. *Al-*

- Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>
- Natasha, D. P., Hariasih, M., & Yani, M. (2025). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian KFC di Suncity Mall Sidoarjo. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(4).
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.5842>
- Pandiangan, P., Catur, H., Hasman, P., Batubara, R., Siregar, D., & Korespondensi, P. (2024). Pengaruh Green Place Dan Green Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wikstea Pada Mahasiswa Fakultas Kehutanan Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 14.
- Paramananda, N., & Idawati, A. (2023). *The Role Of Brand Image In Mediating The Influence Of Green Marketing On The Decision To Purchase Galloon Packaged Mineral Water From The Aqua Brand*. 1684–1689.
<https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ijesss/article/view/894/746>
- Peattie, & Crane. (2005). Green marketing: Legend, myth, farce or prophesy? *An International Journal*, 8(4), 357–370.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13522750510619733/full/html>
- Pitaloka, Iswati, Fitriyasari, & Suyono. (2024). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier pada Mahasiswa STIE IBMT Surabaya. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 338–358. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i3.1244>
- Putri, Y. (2025, January 17). *Sinar Matahari Langsung Tingkatkan Peluruhan BPA dari Galon ke Air Minum*. Media Indonesia.
https://mediaindonesia.com/humaniora/735451/sinar-matahari-langsung-tingkatkan-peluruhan-bpa-dari-galon-ke-air-minum#goog_rewarded
- Rahman, F., Siburian, P. S., & Noorlitaria, G. (2017). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda. *FORUM EKONOMI*, 19(1).
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Ramli, A., Sulistyandari, & Bakaruddin. (2025). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua (Studi Kasus Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 4(1).
- Rohmanuddin, & Suprayogo. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Padabisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoyagreengarden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10 (2), 78–89. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.207>

- Salam, A., & Sukiman. (2021a). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021b). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Salim, A., Rauf, A. R., & Markonah, M. (2022). *The Effect Of Green Products, Green Promotions, Green Prices And Green Places On Interest In Buying Saving Products Of Bank Ocbc Nisp (Case Study At Bank Ocbc Nisp Head Office Branch)*. 3(6). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i6>
- Salsabillah, F. F., & Wardani, N. I. K. (2023). Pengaruh Brand Image dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Starbucks Coffee Surabaya MERR). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 442. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.775>
- Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>
- Sehat Aqua. (2023, August 6). *Aqua Life terbuat dari plastik daur ulang*. Aqua Sehat. <https://www.sehataqua.co.id/blog/aqua-life-perwujudan-inovasi-kemasan-botol-daur-ulang-dari-aqua/>
- Setiawan, & Yosepha. (2020). *Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk THE BODY SHOP INDONESIA (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo)*.
- Shen, Y., & Ahmad, R. (2022). The Influence of Brand Image and Favorability Toward Citizens in a Product's Country of Origin on Product Evaluation: Moderating Effects of Switching Costs. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.740269>
- Sibarani, Fauzi, A., & Sunarti. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pt. Astra International, Tbk Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 16(1)*.
- Sollu, Y., & Hendratmoko. (2024). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sensatia Botanicals di Jakarta. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7.
- Sukma, & Kadarisman. (2022). *Pengaruh Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk: Studi Kasus di Kota X*. 10(1), 45–60.

- 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>
- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, Abd. R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 169–178. <https://doi.org/10.60036/jbm.v1i2.15>
- Tjiptono, & Diana. (2017, September 4). *PEMASARAN Esensi & Aplikasi*. 2017.
- Vardhan, V., & Sarma, S. , K. V. (2018). *Multivariate Statistics Made Simple: A Practical Approach*. CRC Press.
- Wijekoon, R., & Sabri, M. F. (2021). *Determinants that influence green product purchase intention and behavior: A literature review and guiding framework. Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116219>
- Zulkifli. (2025, March 4). *Mengenal 4 jenis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dan standar mutunya: Air mineral hingga air embun*. Hops.Id. <https://www.hops.id/unik/29414681327/mengenal-4-jenis-air-minum-dalam-kemasan-amdk-dan-standar-mutunya-air-mineral-hingga-air-embun?page=2>