

DAFTAR PUSTAKA

- Aprillia, D., & Sri Y.Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur.
Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja, 1(1), 15-29.
- Amirudin, M. A., & Shania N. (2020). Analisis *Brand Image*, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Nestle Pure Life.
Management Studies & Entrepreneurship Journal. 1(2), 188-198.
- Andi, W., & Moh. Rizky. R. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Pada Merek Raja Irodi Makassar.
Jurnal Ilmiah STIE Nobel Indonesia Makassar, 37-51.
- Bheben, O., & Hilman. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army.
Jurnal Bisnis Pemasaran, 10(1), 1-12.
- Edi, S. T., & Muhammad F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta.
Jurnal Ilmiah Institut Bisnis dan Informatika, 9(2), 113-123.
- Fatih Imantoro, S. S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie.
Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 180.
- Febri, Yulianti Keke, & Bambang Istidjab. (2021). Pengaruh Strategi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT Sarana Bandar Logistik.
Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(2), 75-82. 10.9744/pemasaran.15.2.75-82
- Hana, O., & Sasi, A. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab King Abi.
Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 5(1), 1-15.
- Habib, H., & Agus, B. (2019). *Green Product*, Saluran Distribusi, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.
Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 26(1), 49-57.

- Iis, M. (2020). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay. *Jurnal ABIWARA*, 1(2), 71-83.
- Kotler, P., dan Amstrong, G, M. (2017). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga
- Mutiara, dkk. (2020). Pengaruh Persepsi Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Galon Merek AQUA. *Jurnal EMBA*, 8(3), 134-143.
- Rio, P. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516-524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4>.
- Salman, F. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conferences Management and Business*, 689-705.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suri, A., & M. Oloan. (2017). Pengaruh citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Vicky, B, K. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian.

Jurnal Ilmu Manajeme Terapan, 2(5), 604-630.<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5>.

Website:

Asosiasi Perusahaan Air Kemasan Indonesia (Aspadin) (diakses pada Maret 2020).

www.marketeers.com (diakses pada April 2021).

Swa.coc.id dan indonesiainancetoday.com (diakses pada Mei 2022)

Compas.co.id (diakses pada 2022)

www.akashainternational.co.id (diakses pada Juni 2022)

<https://id-id.facebook.com/NestlePureLifeIndonesia>(diakses pada Juni 2022)

