

## DAFTAR PUSTAKA

### BOOK

Prof. Dr. B Lena Nuryan Sastradinata, M. (2024). Strategi UMKM dan Bisnis Krea f. Indonesia: Bumi Aksara.

Erwin, Datya, A. L., Nurohim, Sepriano, & Waryono. (2024). Pemasaran Digital di Era Society 5.0 : Transformasi Bisnis di Dunia Digital. Indonesia: PT. Sonpedia.

Solomom, M. R. (2020). Cinsumer Behavior. California : Pearson.

Firmansyah, m. A. (2019). *Pemasaran produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Indonesia: CV. Penerbit Qiara Media.

Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In E. Edisi13 Jilid 1, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Indonesia: Edisi13 Jilid 1, Erlangga.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Marketing Management* (p. 164). Pearson Education, Inc.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantittatif dan Kualitatif. In *Metode Penelitian Kuantittatif dan Kualitatif*. Indonesia: Alfabeta.

### WEBSITE

Danone AQUA. (2018). Retrieved from [aqua.co.id: h ps://aqua.co.id/en](https://aqua.co.id/en)

Danone AQUA Ajak Generasi Muda #PikiranDulu Sebelum Berkonsumsi Guna Ciptakan Keberlanjutan Masyarakat & Lingkungan. (2023, Agustus 25). Retrieved from [danone.co.id: h ps://danone.co.id/keberlanjutan/danone-aqua-ajak-generasi-muda pikirindulu-sebelum-berkonsumsi-guna-ciptakan-keberlanjutan-masyarakat-lingkungan/](https://danone.co.id/keberlanjutan/danone-aqua-ajak-generasi-muda-pikirindulu-sebelum-berkonsumsi-guna-ciptakan-keberlanjutan-masyarakat-lingkungan/)

Silalahi, M. (2018, Januari 8). Kampanye #AdaAqua dari Danone. Retrieved from [mix.co.id: h ps://mix.co.id/marcomm/brand-communication/digital-brand communication/kampanye-adaaqua-dari-danone/](https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/digital-brand-communication/kampanye-adaaqua-dari-danone/)

Muhamad, N. (2023, Oktober 27). Presentase Rumah Tangga Indonesia Konsumsi Air Minum Kemasan. Retrieved from Katadata.co.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/27/mayoritas-rumah-tangga-indonesia-konsumsi-air-minum-kemasan>

Annur, C. M. (2023, Februari 23). Aqua dan Le Minerale, Dua Merek Air Mineral Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia. Retrieved from Katadata.co.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/23/aqua-dan-le-minerale-dua-merek-air-mineral-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>

Fahir. (13 Januari 2010). Perempuan Harus Lebih Banyak Minum Air Daripada Laki-Laki

<https://health.detik.com/hidup-sehat-detikhealth/d-1277693/perempuan-harus-lebih-banyak-minum-air-daripada-laki-laki>.

Alinda, (13 Juli 2024). Penjelasan Danone Soal Video Jentik Hitam Dalam Galon Aqua Tersebel.

<https://www.kompas.com/tren/read/2024/07/13/160000565/penjelasan-danone-soal-video-jentik-hitam-di-dalam-galon-aqua-tersebel?page=all>

Anisa, (19 Juli 2024). Pengunggah video Viral Aqua Berjentik Hitam Persulit Tim Produsen Untuk Klarifikasi Produk.

<https://www.hops.id/trending/29413162436/warganet-heran-pengunggah-video-viral-aqua-berjentik-hitam-persulit-tim-produsen-untuk-klarifikasi-produk>

Syariful, (28 Juli 2024). Hoaks Jentik Dalam Galon Aqua, Pakar Komentari.

<https://rri.co.id/lain-lain/859904/hoaks-jentik-dalam-galon-aqua-pakar-komentar>

### JURNAL

- Cyn a, F., & Muhammad, S. (2016). Pengaruh Brand Iden ty terhadap Keputusan Pembelian Produk di Rabbani Bunker Rawamangun Jakarta . U litas, 32.
- Pamungkas , A., & Prames , D. A. (2021). Pengaruh Atmosfir Store, Brand Iden ty, dan Social Media Marke ng terhadap Keputusan Pembelian dengan Variabel Mediasi Minat Beli. Borobudur Management Review, 14.
- Tua, G. V., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pompa Air Submersible Decker di CV. CItra Nauli Electricsono Pekanbaru . Ilmiah Mul disiplin, 142.
- Dairina, L., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Ekonomi Islam, 122.
- Toha, J. (2016). Analisis Pengaruh Brand communica on dan Brand Image Terhadap Brand Trust Semen Tiga Roda di Jawa Timur . Strategi Pemasaran, 2.
- Prastiwi, T. W., & Fajri, C. (2022). Strategi Branding Sembung Batik Kulon Progo dalam Menarik Minat Konsumen di Era Pandemi Covid 19. *Communication Studeis*, 74.
- Laksono, Y. T. (2023). Analisis Brand Communication Sebagai Peningkatan Local Product Placement Oleh Creativepedia. *Sintesa*, 98.
- Dwijayanti, A. P., Agung, I., Suryawati, A., & Pascarani, D. (2017). Strategi Brand Communication PT. Puncak Keemasan Dunamis Indonesia dalam Membangun Awareness terhadap Produk Animasi Beakbug. *Medium*, 2.
- Fermayani, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Petceived Quality Loyalitas Pelanggan Dettol Body Wash di Kota Padang. *Marketing*, 49.

- Budihardja, I., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas pada Konsumen Sepatu Nike di Jakarta. *Manajemen*, 2.
- Ichsan, L. A., & mansoor, A. Z. (2022). BT Batik Trusmi Brand Identity Study. *Pakarena*, 157-158.
- Siit, F., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Mawar Balimbing. *Manajemen dan Keuangan*, 54-56.
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Sekretari dan Manajemen*, 10.
- Lestari, A. T., Zunaida, D., & Hardati, R. N. (2022). Pengaruh Brand Identity, Kualitas produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jiagabi*, 192-201.
- Rorlen, Margarita, E., Adiwijaya, E., & Puspita, E. C. (2023). Pengaruh Identitas Merek, Harga, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomi*, 255-273.
- Pramezwarly, A., Juliana, Eagan, B., Putri, F. J., & Setiadi, S. (2021). Pengaruh Identitas Brand dan Strategi Penjualan Burger King terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Cakrawala*, 12-13.
- Pangestu, T., Suwardi, & Poerbo, S. (2021). The Analysis of Brand Image, brand Awareness and Brand Trust On Decisions using Delivery Services PT ID Express Central Java. *Adimisi dan Bisnis*, 234-237.
- Harahap, M., Sulardiono, B., & Suprpto, D. (2018). Analisis Tingkat Kematangan Gonad Teripang keling (*Holothuria atra*) Di Perairan Menjangan Kecil, Karimunjawa. *Maquares*, 264.
- Fiqri, M., Wahyuningsih, S., & Nurhasanah, T. (2022). Sistem pendukung Keputusan Pemilihan Marketplace Terbaik menggunakan Metode AHP pada Kelurahan Gunung Batu. *Pendidikan Sains dan Komputer*, 272.

- Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di Bei. *Inovasi Penelitian*, 1585-1588.
- Renaldy. (2024). Pengaruh Promosi, Distribusi, dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Produk Ready Meal di Prima Serang. *Akutansi Manajemen*, 12-17.
- Pangestu, T., Suwardi, & Poerbo, S. (2021). The Analysis Influence of Brand Image, Brand Awareness and Brand Trust On Decisions Using Delivery Services PT ID Express Central Java. *Admisi dan Bisnis*, 237-241.
- Akbar , Hanfan, A., & Amalia, M. (2023). Pengaruh Absensi Finger Print, Penempatan Kerja, Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja. *Manajemen dan Bisnis*, 58-59.
- Marita, W. E. (2015). Pengaruh Struktural Organisasi dan Ukuran perusahaan Terhadap Penerapan Business Entity Concept. *Akrual* , 30-34.
- Ronny, Rahadhini, M. D., & Suddin, A. (2017). Kinerja yang Dipengaruhi Lingkungan Kerja, Motivasi, dan Kompensasi pada Karyawan Perusahaan Manufaktur. *Riset Ekonomi dan Bisnis*, 150.
- Sanny, B. I., & Dewi, R. K. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013- 2017. *E-Bis Ekonomi Bisnis*, 85-86.
- Bisma, & Rina. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013- 2017. *E-Bis Ekonomis Bisnis*, 85-86.
- Stevina, & Karina. (2025). Pengaruh Brand Identity terhadap Purchase Itention melalui Trust di UD Makin Hasil Jember. *Manajemen Pemasaran Petra*, 1-8.