

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, H., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). *Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua di Wilayah Jakarta Proyek Akhir*, "strategi pemasaran adalah sesuatu yang mencakup keseluruhan sistem yang berhubungan dengan. <https://doi.org/>
- Apri Budianto. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Ombak.
- Chen, Y., & Gayle, P. G. (2019). Mergers and product quality: Evidence from the airline industry. *International Journal of Industrial Organization*, 62, 96–135. <https://doi.org/10.1016/J.IJINDORG.2018.02.006>
- Daryanto. (2011). *Sari kuliah Manajemen Pemasaran* (Martin Hisar, Ed.; 1st ed.). PT. SARANA TUTORIAL NURANI SEJAHTERA.
- Dewi Sartikawati, I., Ali, A., Setiawan, A., & Bangkinang, S. (2020). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KEUNGGULAN PRODUK, GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK LE-MINERALE (Studi Kasus Pada Malaya Mart dan Ranggon Mart di Bangkinang Kota) EFFECT OF ADVERTISING, PRODUCT SUPERIORITY, LIFE STYLE AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF THE LE-MINERALE MINERAL WATER BRAND (Case Study On Malaya Mart and Ranggon Mart In Bangkinang City). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(4).
- Drs. H. Nasir Asman, M. M. (2021). *STUDI KELAYAKAN BISNIS (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0): Vol. Penerbit Adab*.

- Durianto Darmadi, Sugiarto, & Budiman Lie. (2004). *BRAND EQUITY TEN Strategi Memimpin Pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto Darmadi, Sugiarto, & Tony Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwi Setiawan, A., Zaki Yamani, A., Dwi Winati, F., Rekayasa Industri dan Desain, F., Panjaitan No, J. DI, Selatan, P., & Tengah, J. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(4), 286–295.
- Fajar Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis (Pertama)*. GRAHA ILMU.
- Fakhrudin Arif, Roellyanti Maria, & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Fasindah Maya. (2024). *Dasar-dasar Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Pertama)*. ANAK HEBAT INDONESIA.
- Fauziana Eva, & Muhammad Lili. (2022). ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN PADA PRODUK AIR MINERAL DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AZHOM. *SMART Jurnal Manajemen*, 3(1). www.voi.id
- Garvin, D. A. (1987). *Competing on the Eight Dimensions of Quality Harvard Business Review*.
- Garvin David. (1984). *What Does “Product Quality” Really Mean?* 25–43.
- Hanifah, I. (2019). PRAKTIK MONOPOLI YANG DILAKUKAN OLEH PERUSAHAAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (STUDI KASUS:

- PUTUSAN KPPU NOMOR 22/KPPU-I/2016). *Jurist-Diction*, 2(1), 165.
<https://doi.org/10.20473/JD.V2I1.12106>
- Išoraitė, M. (2016). MARKETING MIX THEORETICAL ASPECTS.
International Journal of Research -GRANTHAALAYAH, 4(6), 25–37.
<https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633>
- Khadka, K., Maharjan, S., Städtjänster, C. T., & Trivsel, (. (2017). *CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY*.
- Kotler Philip, & Gary Armstrong. (2018). *Kotler dan Armstrong 2018*.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Muklis Sulaemana, M. (n.d.). *AIR MINUM DALAM KEMASAN MERK LE MINERAL DAN AQUA DALAM PERSEPSI KONSUMEN PERBANDINGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKUNG, LAMONGAN REGENCY*.
- Nabila, A., Destria, N., & Wibaselppa, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di CORDY.ID Bandar Lampung. *Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 175–184.
<https://journal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/722>
- Nucholidah Lilik, & Sulaemana Moh. (2021). *AIR MINUM DALAM KEMASAN MERK LE MINERAL DAN AQUA DALAM PERSEPSI KONSUMEN PERBANDINGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKUNG, LAMONGAN REGENCY*.
- Nugroho J. Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi

- Konsumen. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11687>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (M. Dr.Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.; kedua). ALFABETA. www.cvalfabeta.com
- Susanti, T., Fitria, A., Sari, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Pontianak, I. (2021). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK SABUN LIFEBUOY DI KOTA PONTIANAK. In *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi* (Vol. 1, Issue 2). www.topbrand-award.com/sabun-mandi,
- Sussanto Herry, & Alfarizi Muhammad. (2023). *SusSussanto & alfarizi (2023)*. 2, 66.
- Tjiptono Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono Fandy. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Andi .
- Tjiptono fandy. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). ANDI.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. In *JURNAL INFORMATIKA UPGRIS* (Vol. 4, Issue 1).