

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, U. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, Efektivitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Scarlett Whitening X Song Joong Ki Exclusive Series (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Malaka Jaya Jakarta Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(7), 4.
- Agustina, G. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Stie Stan Im Bandung). *Jurnal Manajemen STIE STAN – Indonesia Mandiri*.
- Agustina, N., & Hoesin, M. (2022). *Tahukah Kamu Berapaka Idealnya Jumlah Air Yang Kita Minum Perhari?* Yankes Kemenkes. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/579/tahukah-kamu-berapa-idealnya-jumlah-air-putih-yang-kita-minum-perhari
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Cahyadi, I. G. N. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada air minum dalam kemasan fotaqua di badung bali. *Values*, 1(4), 152–159. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/1444>
- Conlon, C., & Mortimer, J. (2010). Effects of product availability: experimental evidence. *Journal of Business Management and Economic Studies*, 1–41.
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Eltonia, N., & Anindita Hayuningtias, K. (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://jdih.pu.go.id/detail-dokumen/2823/1#div_cari_detail,
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Universitas Diponegoro. Badan Penerbit UNDIP.
- Goodstats. (2025). *Merek air minerale favorit di Indonesia*. <https://data.goodstats.id/statistic/merek-air-mineral-favorit-publik-indonesia-untuk-berbuka-e4Lpr>
- Greenwood, G. L. (2012). *Fashion Marketing Communications*. John Wiley&Sons.
- Hartati, R., Sudiyono, R., & Yulia, Y. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Quality Product, Dan Customer Online Review Terhadap Purchase Descision Produk Air Minum Le Minerale. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2(23), 349–365.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Rajawali Pers.
- Kertamukti, R. (2018). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan , Media, Branding, Anggaran. In *PT RajaGrafindo Persada*. Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing 14E*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 ed). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen pemasaran: Definisi Manajemen*

- Pemasaran. In Bob Sabran (Ed.), *Liberty, Yogyakarta*. (Jilid 4). : Penerbit Erlangga.
- Laoli, Y., & Hasan, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang*. 2(1), 50–59.
- Le Minerale*. (2024). <https://www.leminerale.com/articles>
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Wiley.
- Masihul, D. (2021). *Jurnal bisnis mahasiswa*. 169–178.
- Maslow, A. (1943). *A Theory of Human Motivation*.
- Muhammad Ikhsan Putra, Suharyono, & Yusri Abdillah. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 1–10.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Affandy, A., & Al, E. (2020). Ragam Analisis dalam Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi. *Eesti Teadusliku Seltsi Rootsis : Aastaraamat. Annales Societatis Litterarum Estonicae in Svecia*, 11(4), 216;ill.
- Pom.go.id. (2020). *Lindungi Kesehatan Masyarakat dengan Sinergi Pengawasan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)*. <https://www.pom.go.id/siaran-pers/lindungi-kesehatan-masyarakat-dengan-sinergi-pengawasan-produk-air-minum-dalam-kemasan-amdk>
- Purba, V. A., & Gilang Saraswat, T. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Foreign Branding Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 253–259. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.435>
- Purwanto, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta. *Thesis*, 1–23.
- Rifani, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Mangkurat, U. L. (2022). *Pengaruh Pemasaran Online Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan*

Pembelian Kerupuk Haruan UKM Mama Ozan Kelurahan Kuin Utara Kota Banjarmasin. 6(2), 187–203.

Shaharudin, M. R., Wan Mansor, S., & Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes among Malaysia's Fast Food Customer. *International Business and Management, 2(1)*, 198–208.

Silaen, A. T. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Supermie di Lingkungan III Belawan Sicanang.pdf.*

Sugiharto, S., & Renata, M. (2020). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture, 53(9 (AMDK))*, 1689–1699.

Sugiyono. (2010a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.

Sugiyono, D. (2010b). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*. Alfabeta.

Teddy, A., Dinda, A., & Zuliestiana, S. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung the Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decisions Through Gofood Application in Bandung City. *E-Proceeding of Management, 7(2)*, 5422–5428.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (01 ed.). Andi.

Top Brand Award (www.topbrand-award.com). (2024). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=432&tahun_awal=2021&tahun_akhir=2024&brand1=Ades&bra

nd2=AQUA&brand3=Cleo&brand4=Club&brand5=Le Minerale

Wahyudi, R., & Tahwin, M. (2024). *Pengaruh Promosi, Penetapan Harga Dan Distribusi Konsumen Produk Mie Instan Indomie Di Karang Jahe Beach Rembang*). 5(2), 313–321.

Wisdiani, Z. (2018). *Pengaruh Tenaga Penjualan, Ketersediaan Produk, Emosi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Pakaian Modies Campus Purwokerto)*. 102.

