

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadila, Z., Taqwin, . . . Sari, & M. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adelina, N. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone di Bandung. *Jurnal Riset Manajemen*, 1-3.
- Ahmad Rian Buchory, A. B. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (JUMABEDI)*, 4-6.
- Amirudin M. Amin, S. N. (2010). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Nestle Pure Life. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 196.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arian Dwi Kaima, S. S. (2018). Pengaruh Green Product dan Citra Perusahaan Pada Minuman Isotonik Hydro Coco Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengunjung Minimarket Wlayah Surabaya Selatan). *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, 501-503.
- Armstrong, P. K. (2014). *Principles of Marketing, 12th ed* (B. Sabran, Penerj.). Jakarta: Erlangga.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Benny Pasaribu, A. H. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Tangerang: Media Edu Pustaka.
- Cindy Megasari Manik, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 704-705.

- Cindy Suaib Putri, S. N. (2021). Pengaruh Brand Trust Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Mall Of Indonesia (Studi Pada Masa Pandemi Covid-19). *JUMABI Vol 1, Jurnal Administrasi Bisnis*, 587.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Edwar, S. R. (2014). Pengaruh Brand Awareness Danbrand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPYN)*, 6-7.
- Ferrinadewi, E. (2018). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fizi Fauziya, R. H. (2023). Analisis Brand Awareness Terhadap Buying Decisions Konsumen Starbucks Coffee (Studi Kasus Di Cabang Buah Batu –Kota Bandung). *Journal Of Social Science Research*, 7.
- Frea Febri Salsabillah, N. I. (2023). Pengaruh Brand Image dan Promosi Online terhadap Keputusan. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 447-448.
- Hapsari, M. T. (2023). The Effect Of Brand Trust On Purchase Intention For The Ampo Beverage Brand in Jember. *Journal of Digital Business Innovation (DIGBI)*, 3-4.
- Harsoyo, A. J. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *CITACONOMA: Economic and Business Studies*, 64-66.
- Hydro Coco – Manfaat, Dosis, dan Efek Samping, (2023)
<https://www.klikdokter.com/obat/makanan-dan-minuman-sehat/hydro-coco> Diakses pada 30 Mei 2025
- Kanuk, L. G. (2014). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Index Gramedia.
- Keller, P. K. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.

- Lukito, V. C. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Hargaterhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Starbucks Coffee Karang Tengah (KM 13,5). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*.
- Manfaat Air Kelapa Untuk Kesehatan, (2023)
<https://www.alodokter.com/manfaat-air-kelapa-untuk-kesehatan> Diakses pada 30 Mei 2025
- Meirisa, J. S. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Word Of Mouth, Dan Layout Terhadap Keputusan Pembelian Di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 29.
- Mengintip Babak Baru Persaingan di Pasar Minuman Isotonik. (2025).
<https://swa.co.id/read/455098/mengintip-babak-baru-persaingan-di-pasar-minuman-isotonik> Diakses pada 30 Mei 2025.
- Morisson, B. (2022). Brand Image Dan Life Style Dapat Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Isotonik (Studi pada Konsumen di Kota dan Kabupaten Sukabumi). *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesiona*, 15-16.
- Nurliyanti Nurliyanti, A. A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik*, 225.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. Pearson Educaation.
- Philip Kotler, K. L. (2019). *Marketing Management: 4th European Edition (4th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Ridha, N. (2020). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 66.
- Rika Dwiputri, P. I. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy. *urnal Mahasiswa Humanis Vol. 4,,* 491.

- Rosida, I. H. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 154.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 8130-8135.
- Santosa, A. D., Bintari, V. I., & Hamzah, &. R. (2019). Peran Kepercayaan Dan Brand Image Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online Di Instagram. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 66.
- Satria Adirama, M. D. (2024). Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi (JISMA)*, 1256-1257.
- Siregar, A. P. (2022). Peran Harga Produk Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Cold Pressed Juice Re. Juve. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*.
- Siti Nurul Mawaddah, K. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi. *Journal of Business Education and Social*, 95-96.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 253.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Sutrisno, S. J. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*.
- Syamsuddinor, A. Y. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Brand Affect Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Cleo Pure Water Di Kota Banjarmasin (Studi Pada Konsumen Di Kecamatan Banjarmasin Utara Dan Banjarmasin Barat). *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 6-10.

- Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *urnal Transaksi Vol. 12, No. 1 ISSN 1979-990X*, 63.
- Yuniati, A. K. (2019). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Dan Nilai Tukar Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8-10.

