

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, N., & Rusdianto, R. Y. (2024). *The influence of brand awareness and brand trust on brand loyalty through customer satisfaction as an intervening variable (Study on AQUA drinking water consumers in Surabaya)*. East Asian Journal of Multidisciplinary Research, 3(3), 1061–1072.
- Bagida, D. L., Tumbel, T. M., & Mukuan, D. (2021). *Kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV*. Lion Jailolo. Productivity, 2(2), 146–151.
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F. C. P., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). *The influence of brand awareness, brand image, and brand trust on brand loyalty*. Jurnal Manajemen, 24(3), 412–426.
- Çelik, Z. (2022). *The moderating role of influencer attractiveness in the effect of brand love, brand trust, brand awareness and brand image on brand loyalty*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(43), 148–167.
- Damayanti, L. R., & Puspita, R. E. (2023). *Brand loyalty and halal awareness for halal beverage product among Gen Z*. Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen, 15(2), 198–211.
- Danone Indonesia. (22 Oktober 2025). *Fakta di balik sumber air AQUA: Klarifikasi atas disinformasi di media sosial*. Danone Indonesia. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Dendeng, E. V., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2023). *Pengaruh brand image dan product quality terhadap brand loyalty melalui brand trust pada produk face wash merek Wardah di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 12(1), 17–26.
- Detiknews. (13 November 2025). *AQUA Raih Predikat Air Mineral Terfavorit dalam Anugrah Produk Indonesia*. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Effendi, H. E. (6 November 2025). *Aglomerasi Banyumas Raya didorong jadi mesin pertumbuhan baru Jawa Tengah*. Metrojateng.com. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Endra, Y., & Anggraeni, S. P. (2025, October 22). *Sidak pabrik AQUA, Dedi Mulyadi kaget sumber air mineral dari sumur bor bukan pegunungan*. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Ferdiansyah, H., Azhmy, M. F., & Nasution, A. A. (2022). *Pengaruh brand image dan product quality terhadap brand loyalty dimediasi brand trust*. JEBIDI (Jurnal Ekonomi Bisnis Digital), 1(2), 115–125.

- Firanazulah, Safavi, V. D. R., Saputri, A. N. J., & Sudrajat, A. (2021). *Citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen*. *Akuntabel*, 18(1), 1–9.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (12 Maret 2025). *Merek Air Mineral Favorit Publik Indonesia Untuk Terbuka*. Diakses tanggal 17 November 2025.
- GoodStats. (21 November 2024). *Sumber Air Minum Bersih di Indonesia Terus Meningkat*. Diakses tanggal 15 November 2025.
- Hafsari, P. (2025). *Analisis pengaruh brand image dan brand awareness terhadap brand loyalty dan dampaknya terhadap brand equity*. *Dinasti Information and Technology*, 2(2), 103–112.
- Harian Ekonomi Neraca. (14 November 2025). *Industri Air Minum Dalam Kemasan Jadi Pilar Penguatan Manufaktur Nasional*. Diakses tanggal 15 November 2025.
- Hendrayanti, S., & Terini, U. (2021). *The impact of brand image, brand trust and brand awareness on AQUA loyalty brand*. *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 116–127.
- Kang Dedi Mulyadi Channel. (21 Oktober 2025). *SIDAK KE PERUSAHAAN AIR MINERAL | TERNYATA SUMBER AIRNYA DARI BAWAH TANAH* [Video]. YouTube. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Katadata. (14 Januari 2025). *Mayoritas Rumah Tangga RI Minum Air Isi Ulang pada 2024*. Diakses tanggal 15 November 2025.
- Katadata. (20 Mei 2024). *Mayoritas Rumah Tangga Indonesia Konsumsi Air Minum Kemasan*. Diakses tanggal 15 November 2025.
- Katadata. (27 Oktober 2023). *Mayoritas Rumah Tangga Indonesia Konsumsi Air Minum Kemasan*. Diakses tanggal 15 November 2025.
- Khalis, V. M., Komariah, K., & Mulia Z, F. (2022). *Analisis kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek*. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2).
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). *Analisis citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek*. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 394–411.

- Marvelyn, C., & Siagian, D. (2020). *Pengaruh brand identity terhadap brand loyalty melalui brand image dan brand trust Yamaha motor*. Undergraduate thesis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). *Pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) pada produk air minum dalam kemasan merek AQUA (Studi pada konsumen AMDK merek AQUA di Kota Gorontalo)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Jambura*, 4(1), 1–12.
- Nikmah, L. F., & Rosia, R. (2023). *Effect of product quality, brand trust, and brand image on the brand loyalty of AQUA*. *International Economic and Finance Review*, 2(2), 1–19.
- Octaviani, S., Panjaitan, F., & Shinta Lestari, D. (2024). *Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek bolesa di kecamatan bukit intan*. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 11(2), 1–7.
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: Brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
- Pangan News. (2025). *BPS Ungkap 7,36 Persen Rumah Tangga Belum Nikmati Akses Air Minum Layak*. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Petriella, Y. (23 Oktober 2025). *Polemik dugaan sumber air minum kemasan berasal dari sumur bor tanah*. *Bisnis.com*. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Pramadanti, R. (2025). *Brand loyalty-building strategy: Influence product quality, perceived experience quality, and brand attitude through mediating brand trust*. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 10(1), 237–253.
- Radio Republik Indonesia (RRI). (1 Februari 2024). *Imbas boikot air minum tertentu, air minum lokal dibanjiri permintaan*. *RRI.co.id*. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Rahmawati, A. (2022). *Analisis pengaruh brand image, perceived quality, dan brand experience terhadap brand loyalty pada air mineral AQUA di Solo Raya*. Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Santosa, M. R. P., Suhud, U., & Krissanya, N. (2025). *Membangun brand loyalty pada konsumen mobile coffee (Kopi Keliling) modern: Investigasi peran brand experience, product quality, dan brand reputation*. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 4151–4164.

- Sejati, P. P. (30 Maret 2025). *Banyumas punya produk air mineral sendiri bernama Toyaniki, bakal dikelola bersama HIPMI*. Tribun Banyumas. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Sejati, P. P. (15 Oktober 2025). *Banyumas bakal jadi pusat ekonomi dan pendidikan baru di Jateng, ini 3 wilayah yang jadi kandidat*. Tribun Banyumas. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Shelly, & Sitorus, D. H. (2022). *Pengaruh brand image, brand quality, brand trust terhadap brand loyalty pada produk merek Philips*. Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 4(7).
- Simamora, H. (2011). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumantoro. (2022). *Hukum ekonomi*. Jakarta: UI Press.
- Suyanto, B., & Sutinah. (2006). *Metode penelitian sosial: Berbagai alternatif pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Widodo, A. A. (27 Januari 2025). *Altis jadi air minum favorit warga Karesidenan Banyumas, AQUA minggir dulu*. Mojok.co. Diakses tanggal 17 November 2025.
- Wijaya, A., & Nasir, M. (2025). *Pengaruh e-WOM, brand image, dan brand love terhadap brand loyalty dengan brand trust sebagai variabel intervening pada dua merek air minum terpopuler di Soloraya*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 7(4), 2406–2429.
- World Health Organization (WHO). (18 Juni 2019). *1 in 3 people globally do not have access to safe drinking water – UNICEF*. WHO. Diakses tanggal 15 November 2025.
- Yuliani, S., & Herawati, S. (2024). *Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan galon merek AQUA di Kota Cimahi*. JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 7(9), 10840–10845.