

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Ridwan., 2018. Perancangan Desain Kemasan Produk “Donat HD” Ungaran. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Aditya, Rendy Wiranda., 2017. Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan “Studi Kasus Konsumen AMDK Merek Le-Mineralle di Yogyakarta”. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Amandeep.,Varshney, Seema, and Aulia. 2017. “*The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision with Reference to Consumer Durable Goods in Oman*”. *International Journal of Management Studies and Research (IJMSR)*. Vol. 5, Issue 12. PP 11-19.
- Anggraini, Linda Putri., 2020. Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Air MINUM Le-Mineralle. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Arikunto, Suharsini. 2013. *Prosedur Penelitian “Suatu Pendekatan Praktik”*. Jakarta: Penerbit PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsini. 2016. *Prosedur Penelitian “Suatu Pendekatan Praktik”*. Jakarta: Penerbit PT. Rineka Cipta.
- Diantini, Kadek., 2020. Pengaruh Social Media Marketing Activity Terhadap Customer Response di Tiket.com. Skripsi. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.
- Durianto, Darmadi; Sugiarto: dan Budiman, Lie Joko. 2004. *Brand Ekuity Ten (strategi memimpin pasar)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Endayana, M Aryasa Dwi dan Ardani, I Gst Sri A.Kt. 2019. “Peran *Brand Awareness* Memediasi Pengaruh *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Manajemen* Vol: 08, No 11. Bali: Universitas Udayana.
- Febrian, sally Meuthia. 2018. Pengaruh *Brand awaranness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zara (studi kasus konsumen zara). Sumatera Utara. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Ghozali, Imam. 2006. *Pengertian Model PLS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hancock, Oliver., 2010. *Analisis Ekuitas Merek Air Minum dalam Kemasan (Kasus Quarry) di Kota Bogor*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.

Harahap, Chindy Fairuz Talitha. 2016. *Pengaruh Kualitas Pesan Iklan, Selebiti Pendukung, Penggunaan Tagline Iklan di Televisi Terhadap Pembentukan Brand Awareness Produk Le-Minerale Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

Hartono, Kefas Aldi. 2016. *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebriti Endorser Terhadap Kesadaran Merek dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Minuman Dalam Kemasan "Studi Kasus Pada Iklan Teh Ichitan di Yogyakarta"*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Hermawan, Agus. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hidayah, Muhammad Rafli. 2017. *Pengaruh Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Mottor Sport Yamaha 150CC di Kabupaten Klaten*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Ihrom, Rendi Yanuar. 2018. *Pengaruh Store Atmosphere, Design Product dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le-Minerale "Studi Pada Kantin Sekolah Menengah Atas Negeri Di Kecamatan Lumajang"*. Skripsi. Institutional Repository STIE Widya Gama Lumajang.

Jogiyanto, H. M., dan Abdillah, W., (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.

Kalnadi, D. 2013. *Pengukuran Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Pada UMKM Dengan Menggunakan Metode UTAUT*. Jurusan Adm.Bisnis, Fakultas ISIP, Universitas Lampung.

Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

kotler dan Killer, 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Legasari, Vionita Eka *et all*. 2013. *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan dan Kredibilitas Endoser terhadap Efektivitas Iklan dan Sikap Konsumen pada sabun pemutih wajah merek Oil of Olay di Kota Pekanbaru*". *jurnal Ekonomi* Volume: 21, No 3. Riau: Universitas Riau.

- Lifianto, Panji. 2016. Hubungan Iklan Le-Minerale dengan Kesadaran Merek. *jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi* Volume: 2, No 1. Bandung: Universitas Islam Bandung, Indonesia.
- Meysyahdamay, & Tobing, F. B. 2019. Analisis Brand Equity, Brand Awareness, dan Attitude Terhadap Purchase Intention Air Minum Dalam Kemasan Merek Le-Minerale (Studi Kasus Mahasiswa di Universitas Kristen Indonesia). *Fundamental Management Journal* Volume: 4, No 1. Jakarta: Universitas Kristen Indonesia Jakarta, Indonesia.
- Pitamakoro, Prajanu. 2018. Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian Kopi bubuk Instan. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pratiwi, Rizka dan Nizam, Azam. 2021. Pengaruh Desain Kemasan Produk, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian yang diMediasi Oleh Kesadaran Merek Produk Air Minum Cleo di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Volume: 6, No 3. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Pratiwi, Wayan Arisna dan Rahanatha, Gede Bayu. 2016. Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie di Kota Denpasar". *Jurnal Manajemen Unud* Volume: 05, No 12. Bali: Universitas Udayana.
- Rahayu, Aulya Desyana. 2019. *Pengaruh Brand Awareness dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Brand Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Pelangi Pada Masyarakat Kota Semarang. Skripsi. Universitas Sultan Agung.*
- Rahmafani, Sukma Yunia. 2020. Pengaruh Desain Kemasan, Gaya Hidup, dan Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Kota Malang. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rajak, Adnan., Suwito, Sulfi Abdulhaji, Fahima Nasar dan Zainuddin .(2016). *Buku Panduan Penulisan Skripsi.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Khairun Ternate.
- Setiawati, Mega dan Lumbantobing, Rudolf. 2017. Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap keputusan Pembelian Produk Chitato yang Dimediasi oleh Brand Awareness". *Jurnal Manajemen Bisnis* Volume: 12, No 01. Jakarta barat: Universitas Kristen Krida Kencana.

Sihombing, Auria Syinta Ulfa. 2018. Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Produk Air Mineral Dalam Kemasan Le-Minerale (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sirait, Irma M. 2009. Pengaruh *Trust in a Brand* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Konsumen Air Minum Aqua di Daerah Medan Baru. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara Medan.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Zein, Reza Muhammad. 2018. *Perancangan Material Handling Equipment pada proses Paletting Galon Air Mineral Untuk Mengurangi Beban Kerja Operator Dengan Menggunakan Metode Perancangan Produk Rasional* "Studi kasus PT. Muawanah Al-Ma'soem". Skripsi. Universitas Telkom.

<http://capediemaja.blogspot.com/2015/02/aqua-menjadi-market-leader.html> (Diakses Tanggal 20 April 2021)

<https://money.kompas.com/read/2020/11/04/073853226/sejarah-aqua-didirikan-tirta-utomo-hingga-dibeli-danone-perancis?page=all> (Diakses Tanggal 20 April 2021)

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200910163333-8-185918/menakar-bisnis-air-minum-dalam-kemasan> (Diakses Tanggal 29 Mei 2022)