

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Afradila, N., & Indrawati, I. (2019). Faktor-Faktor Pemasaran Hijau yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen (Studi Pada Hotel Novotel Bandung). *Sosiohumanitas*, 20(2), 79–86. <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i2.116>
- Aprianto, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v18i2.166-183>
- Aqua.co.id. (2024). *Sejarah Aqua*. <https://aqua.co.id/sejarah>
- Ariani, M., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Consumer Knowledge Terhadap Brand Image Produk Tupperware. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 572. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i4.10503>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Rajawali.
- Award, B. T. (2023). *TOP BRAND INDEX*. Top Brand Award.
- Balai POM. (2022). *Lindungi Kesehatan Masyarakat dengan Sinergi Pengawasan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)*. Pom.Go.Id.
- Daga, R. (2019). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Desanto, T. M. J., Mandey, S. L., Soepeno, D., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2019). Analisis Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Aqua Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 1898–1907.
- Devi Dwi Kurniawan, K. N. S. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral AQUA Di Indomaret Subah Kabupaten Batang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2), 27–41.
- Diatmika Eka Pratama, I. G. B. A. C., Kerti Yasa, N. N., & Nurcaya, N. (2023). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of Sponsorship on the Intention to Purchase. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 5(2), 997–1003.
- Dinuk, A., & Yazdanifard. (2014). How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. In *International Business Research*.

- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, M. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Dr. Rosnaini Daga, S.E, M. (2014). Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan. In *News.Ge* (Issue May 2017).
- Engel, F. J., Blackwell, D. R., & W.P., M. (2020). *Perilaku Konsumen* (Keenam Jil). Binarupa Aksara.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gircela, D., & Wati, L. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis9>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. Penerbit Insania.
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV Budi Utama.
- Hendra, Yanti, R., Nuvriasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Setiawan, Z., Susanto, D., Harsoyo, T. D., & Syarif, R. (2023). *GREEN MARKETING FOR BUSINESS* (Efitra & Sepriano (eds.)). PT. Sonpedia Publishing Indoesia.
- Idris, M. (2020). *Sejarah Aqua, Didirikan Tirto Utomo hingga Dibeli Danone Perancis*. Kompas.Com. https://money.kompas.com/read/2020/11/04/073853226/sejarah-aqua-didirikan-tirto-utomo-hingga-dibeli-danone-perancis?page=all#google_vignette
- Ismuputro, R. M. (2020). Peran Citra Merek, Harga Dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1116. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1116-1123>
- Jinan, A. S. I., Surachman, S., & Djumahir, D. (2022). Analysis of the Effect of Green Marketing and Environmental Knowledge on Purchase Intentions Mediated by Brand Image. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 3(1), 47–58. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v3i1.157>
- Kemala, A. (2022). *Krisis Sampah Plastik AMDK Kian Mencemaskan, WALHI Ingatkan Tanggung Jawab Besar Industri*. Tribunnews.Com.
- Kirgiz, A. C. (2016). *Green Marketing: A Case Study Of The Sub-Industry In Turkey*. Palgrave Macmilland.

- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Leminerale.com. (2023). *Punya 3 Lapis Proteksi Jadi Rahasia Kesegaran Le Minerale*. Le Minerale. <https://www.leminerale.com/article/detail/Punya-3-Lapis-Proteksi-Jadi-Rahasia-Kesegaran-Le-Minerale>
- Mari Ci, A., & Raynond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 3.
- Melinda, L., Restuti, S., & Jushermi, J. (2024). Green Marketing and Brand Image: Strengthen Consumers' Purchase Decisions Through Brand Trust on Mineral Water Aqua Consumers in Pekanbaru City. *West Science Interdisciplinary Studies*, 2(03), 509–520. <https://doi.org/10.58812/wsis.v2i03.695>
- Mercu, U., Jalan, B., Selatan, M., Kembangan, K., Barat, J., Keputusan, D., Aqua, P., Le Minerale, D., Nusraningrum, D., Mayang Mekar, T., & Gunawan, J. (2021). *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen ANALISIS PENGARUH PEMASARAN HIJAU TERHADAP CITRA MEREK* (Vol. 15, Issue 3). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA>
- Mohamed Abode, I. A. I. (2022). The Impact of Marketing Knowledge on Corporate Brand Image with Mediating Role of Service Marketing Innovation: Evidence from Alexandria Water Co. *International Journal of Social Science and Human Research*, 05(02), 702–711. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v5-i2-43>
- Muhammad Muqorrobin, Eko Agus Alfianto, & Muhammad Sulhan. (2021). Pengaruh Green Product dan Green Advertising Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA. *Sketsa Bisnis*, 4(2), 61–75. <https://doi.org/10.35891/jsb.v4i2.1597>
- Niar, H., Pande R, P., Dewi, A., Tanti Kustina, K., Nugraheni, V., Lestari, S., Risambessy, A., Gabriela Panjaitan, Y., Das Prena, G., Siahainenina, S., Sudarijati, Nuraisyiyah, Eko Seyasari, U., Teri, Rahman, A. R., & Carolina Lewaherilla, N. (2023). Etika Bisnis (Dinamika Persaingan Usaha). In Hartini (Ed.), *Universitas Nusantara PGRI Kediri* (Vol. 01). Media Sains Indonesia.
- Novizal, G., & Rizal, A. (2020). Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Dengan brand Image sebagai Variabel moderasi (Studi Pada Konsumen Mobil Wuling Di Dealer Wuling Semarang). *Proceeding SENDIU*, 633–644.
- Nusraningrum, D., Mayang Mekar, T., & Gunawan, J. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek dan keputusan Pembelian Aqua dan

- Le Minerale. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 15(3), 182–190.
- Ottman, J. A. (2017). The New Rules of Green marketing. *The New Rules of Green Marketing*. <https://doi.org/10.4324/9781351278683>
- Rheza Alfian, Yoseph Krishna, Fitriana Monica Sari, W. H. (2022). *Bisnis Menjanjikan Air Dalam Kemasan Industri air minum dalam kemasan (AMDK) tumbuh sepesat pertumbuhan penduduk. Ada beberapa isu yang menyertai, mulai soal unsur kimia tertentu, hingga ke limbah kemasannya*. Validnews.Id.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. In Media.
- Simbolon, P. S., & Sukresna, I. M. (2021). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Konsumen Rokok Gudang Garam di Kota Semarang). In *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* (Vol. 18, Issue 2). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/view/39181>
- Siyoto, S., & Ali, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepengjualan)*. PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, A.G, Prihartono, A. ., Sumarlin, D.A. Mamahit, E. P., Hadi, J. Hasan, M. Ahmady, R. W., & Haryono, T. (2014). *Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri 2*. PT Penerbit IPB Press.
- Tan, Z., Sadiq, B., Bashir, T., Mahmood, H., & Rasool, Y. (2022). Investigating the Impact of Green Marketing Components on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image and Brand Trust. *Sustainability (Switzerland)*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/su14105939>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Wolok, T. (2019). Green Marketing: Pemasaran dan Pembelian. In *Athra Samudra: Gorontalo* (p. 97).
- _____.(2022). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Muria Kudus, Kudus.