

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, D. A. (2020). *Building strong brands*. Free Press.
- Aditama, R. (2020). *Manajemen: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish (Hlm. 13)
- Nurdiansyah, H., & Rahman, F. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Sidoarjo: Zifatama Publisher. (Hlm.3)
- Griffin, R. W. (2021). *Management* (14th ed.hlm.6). Boston: Cengage Learning.
- Yulianti, E., Lamsyah, H., & Periyadi, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish (hal.1)
- Zainurossalamia, S. (2020). *Pemasaran Produk dan Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Deepublish. (hal. 10)
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management* (5th ed.pp. 150-180). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.,274 – 279, 303-305). Pearson Education.
- Martin, D., & Schouten, J. (2018). *Sustainable Marketing* (2nd ed., pp. 23–45). Pearson.
- Prabowo, J. H. (2022). *Analisis pengaruh brand image terhadap brand preference produk AMDK merek AQUA*.
- Rodhiyah, A. (2020). *Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap brand preference nasabah Bank Syariah Mandiri Malang*
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed., hlm. 180–184, 221–225). Penerbit Andi.
- Ridwan, M. (2021). *Pemasaran Hijau dan Perilaku Konsumen* (hlm. 60–78). Prenadamedia Group.
- Dangelico & Vocalelli (2017) *Business Strategy and the Environment* (hlm. 457 - 475)

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Jurnal:

Adjie, & Purwianti. (2021). Analisis Pengaruh *Attitude toward The Destination* dan *Brand Awareness* terhadap *Brand Preference* dengan mediasi *Destination Image* dan *Brand Equity* pada Wisata Pantai Kota Batam. 4.

Febrian, R. (2020). Brand awareness dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pemasaran*, Vol.7, No.3, Hlm. 45–50.

Wardhana, I. (2021). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Hlm. 102–110.

Hardjanti, A. (2011). *Peran brand image, trust, dan awareness terhadap behavioral intention melalui brand preference, customer perceived value dan satisfaction*. Vol.13, No.2, Hlm.81-92

Salam, S. A. (2021). Pengaruh green marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembeli konsumen produk merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.11 No.1 Hlm. 70 -72

Randi, & Mimi K.N. (2023) Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi dan Keuangan*. Vol.4, No.3 <https://doi.org/10.53697/emak.v4i3.1306>

Mubarok, R. (n.d.2024). Pengaruh green marketing dan kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Aqua di Sukabumi. *Manajemen, Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Sukabumi. Jurnal Multidisiplin* Vo.2, No.3, Hlm 499 – 509

Tita K, Eka D,S,T Safrida H,S, & Dahrul S, (2022). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian Tupperware di Jalan Setia Budi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol.3 No.2, Hlm. 203 – 217

Viola, Margery, E, & Seri. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan word of mouth terhadap minat pembelian konsumen mobil Honda PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2) Medan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol.1, No.2, Hlm. 135-145

Sutanto, J. B., & Wijaya, T. (2020). Pengaruh brand equity terhadap loyalitas pelanggan pada produk air minum dalam kemasan (AMDK). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.22, No.3, Hlm.215–224. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.3.215-224>

Putra, A. G., & Sari, M. (2019). Green marketing dan dampaknya terhadap preferensi konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.14, No.2, Hlm. 145–158.

Hidayati, R. (2021). Peran citra merek dalam membentuk keputusan pembelian produk FMCG. *Jurnal Riset Pemasaran*, Vol.9, No.1, Hlm.33–41.

Skripsi / Karya Ilmiah Mahasiswa:

Adjie, & Purwianti. (2021). Analisis Pengaruh *Attitude toward The Destination* dan *Brand Awareness* terhadap *Brand Preference* dengan mediasi *Destination Image* dan *Brand Equity* pada Wisata Pantai Kota Batam. 4.

Putri. (2020). *Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap minat beli air minum merek Le Minerale*.

Rahman. (2019). *Analisis preferensi merek terhadap loyalitas konsumen produk Aqua*.

Octavia, D., dkk. (2022). *Pengaruh brand awareness, brand image, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek AQUA lokasi: Kecamatan Pandaan, Jawa Timur*.

Setyabudi, A. W. (2020). *Pengaruh green product knowledge, green trust dan perceived price terhadap green purchase intention pada AMDK merek Aqua dengan botol 100% recycled*.

Krisdarwati, D. (2014). *Pengaruh brand awareness, brand association, perceived quality teh botol Sosro terhadap loyalitas konsumen di Kwik Kian Gie School of Business, Jakarta*.

Pratama, T. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap preferensi merek pada Dum Dum Thai Tea di Kelapa Gading*.

Juru, P. (2016). *Pengaruh asosiasi merek pada preferensi konsumen pada produk minuman cola: Studi pada konsumen Indonesia dan Malaysia*.

Rahman, A. (2021). *Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan (AMDK) merek LAKA – LAKA di Kabupaten Lombok Timur*.

Nurhafiza, R. (2021). *Analisis citra merek terhadap keputusan pembelian air mineral OASIS di Cileungsi*.

Lina, N. M. E., Mertayani, N. W. E., & Hidayat, I. G. Y. (2024). *Pengaruh environmental awareness, green product dan brand image terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan AQUA di Kabupaten Badung*. Junar Emas.

Website:

TopBrand Award. (2021). *Bagaimana Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand?* From Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/en/2019/08/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand-2/>

Aetra. (2017). Air dan tubuh manusia. *Aetra.co.id*. https://www.aetra.co.id/sahabat_aetra/detail/58/Air-dan-Tubuh-Manusia (8 Nov 2024)

Agung. (2017). AQUA raih penghargaan sebagai brand dengan reputasi kuat. *Tirto.id*. <https://tirto.id/aqua-raih-penghargaan-sebagai-brand-dengan-reputasi-kuat-cumw> (8 Nov 2024)

Angelia, D. (2022). 7 merek air mineral kemasan favorit masyarakat Indonesia tahun 2022. *GoodStats*. <https://www.goodstats.id/> (8 nov 2024)

Sulaeman, A. (2015). *Aspadin: Masyarakat Indonesia Habiskan 23,1 Miliar Liter Air Minum dalam Kemasan pada 2014*. From intisari: <https://intisari.grid.id/read/0337452/aspadin-masyarakat-indonesia-habiskan-231-miliar-liter-air-minum-dalam-kemasan-pada-2014>

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2023,). Industri AMDK dorong daya saing produk nasional. *Kemenperin.go.id*. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/industri-amdk> (14 juni 2025)

Thimothy, S. (2021). *What is Brand Preference and How Do You Build It?* From Forbes: <https://www.forbes.com/sites/theyec/2021/02/16/what-is-brand-preference-and-how-do-you-build-it/?sh=21a142495ff0>

TopBrand Award. (2021). *Bagaimana Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand?* From Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/en/2019/08/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand-2/>

Top Brand Award. (2021 n.d.). *Top Brand Index*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (20 Januari 2025)

World Health Organization. (2023,). Drinking-water. *WHO*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/drinking-water> (13 juli 2025)