

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, G. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Stie Stan Im Bandung). *Jurnal Manajemen STIE STAN – Indonesia Mandiri*.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Aprilliansyah, A. F., Sitorus, G., & Noviarti. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Mineral. *Jurnal Satya Mandiri*, 10(2), 12–21.
- Athira, R., & Rachmarwi, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan RUANGOPI Galaxy Kota Bekasi*. 8(1).
- Dr. Etta Mamang Sangadji, M. S., & ,Dr. S. M. P. M. M. (2014). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=6esNEQAAQBAJ>
- Dwi Andiny, P., & Hidayat, S. (2024). Analisis Persaingan Le Mineral Dengan Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 2(4), 1–9.
- Fatzry, J. (2023). *Pertumbuhan Air Minum dalam Kemasan Meningkat*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/photo/read/5365106/pertumbuhan-air-minum-dalam-kemasan-meningkat?page=1>. (di akses pada 10 Juni 2024)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Handayani, S., Viana Feranita, N., Dwimahendrawan, A., Tinggi, S., Administrasi, I., & Jember, P. (2023). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aroma Lumajang. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 8(1), 19–28.
- Hawa, S. D. (2024). *Strategi Pemasaran dan Hubungan Pelanggan* (S. D. Hawa (ed.)). CV Wawasan Ilmu. <https://books.google.co.id/books?id=KE39EAAAQBAJ>
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 8.
- Jauhari, I. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3), 226–237. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2592>
- Johari, M., & Supriyono, S. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata (Studi Pada Bata Plaza Surabaya). *Al-Kharaj : Jurnal*

- Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 745–755.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12.). Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital* (A. Tarigan (ed.)). Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management Global Editon. In *Journal of Marketing* (Edition 15, Vol. 37, Issue 1). Person Education Limited.
- Lestari, D., & Bernika, C. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Essentieel Coffee Shop Di Bandung. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 449–468.
- Mazaya, W. S., Hafiar, H., & Priyatna, C. C. (2024). Analisis Media Monitoring terhadap Brand Sari Roti pada Bulan Maret-April 2024. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2), 44–50. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i1.3747>
- Nasir, T. M. B., Priyono, A. A., & Sholehuddin, S. (2018). Pengaruh Iklan Sosial Media, Influencer Marketing, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Avoskin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 756–764.
- Nugroho, A. (2023). *Pasarnya Terus Tumbuh, Persaingan Industri AMDK Makin Ketat*. RakyatMerdeka.Id. <https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/180462/pasarnya-terus-tumbuh-persaingan-industri-amdk-makin-ketat>. (di akses pada 10 Juni 2024)
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=3vLSEAAAQBAJ>
- Priyatno, D. (2023). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan EvIEWS*. Penerbit Andi.
- Purwanto, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale Di Sampit. *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 17–28.
- Rahmahyanti, R. N., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1143–1151.
- Ramadhani, A. ilham, Maulida, I. S., Susanti, I., & Sutinem. (2024). Pengaruh Diferensiasi Produk, Word of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV. Eka Karunia Motor Lamongan). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, Vol. 7(1), 37–48.
- Rohimah, S. (2023). Studi Deskriptif Persepsi Mahasiswa Pada Pembelajaran Tatap Muka Pasca Pembelajaran Daring (Survei pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu

Pendidikan Universitas Siliwangi Angkatan 2021). *Universitas Siliwangi*, 1–23.

- Rusdian, S., & Hildayani, N. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Rusdian, S. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 132–140. ap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 132–140.
- Sari, I. P. T. P. (2014). Tingkat Pengetahuan Tentang Pentingnya Mengonsumsi Air Mineral Pada Siswa Kelas IV Di Sd Negeri Keputran a Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 10(2), 55–61.
- Siahainenia, S., & Siahainenia, A. (2023). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Hand & body Lotion Merek Vaseline di Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 4697–4707.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. MT (ed.); Edisi Kedu). ALFABETA.
- Suhandang, K. (2023). *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi* (A. M. Elwa, E. Fibrianti, & I. Kurniawan (eds.); Edisi II). Nuansa Cendekia.
- Wekas, B. J., Alvernia, P., Acelian, R. M., Mercubuana, P. U., Raya, J., Rw, R. T., & Barat, J. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen Postgraduate Program LSPR ; Jl . K . H Mas Mansyur , Kav . 35 , Jakarta Pusat 10220 PENDAHULUAN Saat ini , persaingan di setiap industri meningkat secara signifikan . *Jurnal Communicology*, 8(2), 267–287.