

DAFTAR PUSTAKA

- Achriyadi. (2020). Kualitas, Harga, Promosi, Air Minum. *Holistik: Jurnal Pascasarjana UNLA*, 13(2).
- Anggraini, D., & Suwangsih, I. (2025). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale di Surabaya. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Fatihudin, D. (2017). Analysis of Factors Affecting Consumer Decisions Buy Motorcycle (Study on City of Surabaya Indonesia). *International Journal Of Innovative Research In Development*, 6(9).
- Fatihudin, D. (2024). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen & Akuntansi - Edisi Revisi Lengkap & Contoh Kasus*. Surabaya: Penerbit Zifatama Publisher, Sidoarjo.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish. <https://repository.um-surabaya.ac.id/3361/>
- Fatihudin, D. (2024). *Implementasi Keuangan Makro ekonomi, Korporasi Dan Personal Menuju Sehat Finansial Di Era Ekonomi Digital*. Orasi Ilmiah, Universitas Muhammadiyah Surabaya. <https://repository.um-surabaya.ac.id/9477/>
- Fatihudin, D., Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2023). Digital Marketing, Pergeseran Multifaktor Perilaku Konsumen Pada Era Next-Normal. Dalam *Tantangan Pemulihan Ekonomi, Bisnis dan Keuangan Era Next Normal* (pp. 1-14). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Federation Tennis International. (2019). *ITF hydration guidelines for tennis players*. ITF Publications.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fuadah, A. T., & Akbar, R. R. (2025). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan Merek

Club di Kota Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(1), 417–428.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Habibullah, A. (2024). Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocari Sweat di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, STIESIA Surabaya*.

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.

Hermawan, A. (2015). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Ismiatun, D., Budiarmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 764-771.

Jeukendrup, A. (2011). *Nutrition for endurance sports: Marathon, triathlon, and road cycling*. *Sports Science Exchange*, 24(5), 1–7.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Harlow, UK: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow, UK: Pearson Education.

Kurniawan, A. (2018). *Dasar-dasar Fisiologi Olahraga*. Rajawali Press.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Salemba Empat.

Maughan, R. J. (2024). *Fluid and electrolyte loss and replacement in exercise*. *Sports Medicine*, 34(1), 1-10.

Navianto, M. R. (2019). *Persepsi dan Perilaku Konsumsi Minuman Isotonik pada Atlet Klub Sepakbola AREMA*. [Tugas Akhir, Universitas Brawijaya]. Repository Universitas Brawijaya. <https://repository.ub.ac.id/176126/>

Prawira, Y., Fatihudin, D., Mulyana, P. A., & Firmansyah, M. A. (2024). Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Image: Evaluasi Segmentasi Pasar di Persebyaya Store Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 190-201.

- Putri, E. N., Kurniawan, D., et al. (2025). Pengaruh brand image, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Le Minerale. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(1), 120–132.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Setiawan, M. D. (2022). *Pengaruh kualitas, harga, dan promosi produk terhadap keputusan pembelian air mineral dalam kemasan merek Aqua*. [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta].
- Sevianto, R. I. (2023). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Utra*. [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta].
- Sports Science Institute. (2017). *Hydration strategies for strength and conditioning athletes*. SSI Publishing.
- Sudirman, R., & Kurnia, M. I. (2025). Strategi Produk Baru Menciptakan Merek Melalui Kemasan, Promosi, dan Harga. *Jurnal Media Teknologi*, 13(1), 169-175. <https://ojs.unigal.ac.id>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Mulyasari, F. (2024). *Pengaruh atribut produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Aqua di Surabaya Timur* (Skripsi). UPN “Veteran” Jawa Timur. <https://repository.upnjatim.ac.id/29421/>
- Widigda, A. A., & Kadi, D. C. (2023). Peran harga, promosi, dan kualitas produk terhadap produk air mineral Aqua di Madiun (studi kasus di Agen Aqua Lia Madiun). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 11(2).
- Yeargin, S. W. (2010). Hydration and thermoregulation in endurance running. *Journal of Athletic Health*, 12(3), 45–52.
- Aquviva.co.id. (2025). *AQUVIVA / Air Mineral Murni, Sehat, Alami*. Diakses dari <https://aquviva.co.id>

- Beritajatim.com. (2025). *Tren air isi ulang kian dominan, geser perilaku konsumsi air kemasan*. Diakses dari <https://beritajatim.com>
- Bps.go.id. (2024). *Persentase rumah tangga menurut provinsi dan sumber air minum utama, 2022–2024*. Badan Pusat Statistik. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Databoks.katadata.co.id. (2023). *Mayoritas Rumah Tangga RI Bergantung pada Air Minum Kemasan*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>
- Finance.detik.com. (2025). *Asparminas Optimistis Industri Air Minum Dalam Kemasan Bisa Tumbuh 10% di 2025*. Diakses dari <https://finance.detik.com>
- Mutiaragemilang.id. (2025). *Aquviva, Siap Mendobrak Tahta 8 Air Mineral ini!*. Diakses dari <https://mutiaragemilang.id>
- Pikiran-Rakyat.com. (2025). *Strategi Pasar Wings Group Lewat Aquviva yang Mendominasi Pasar Minuman*. Diakses dari <https://kalbar.pikiran-rakyat.com/news/pr-3429479574/strategi-pasar-wings-group-lewat-aquviva-yang-mendominasi-pasar-minuman>
- Serbakuis.com. (2025). *Promo Gosok Hologram AQUVIVA Berhadiah Total Jutaan Rupiah*. Diakses dari <https://www.serbakuis.com/promo-gosok-hologram-aquviva-berhadiah-total-jutaan-rupiah/>
- Topbrand-award.com. (2025). *AQUA Kuasai 47.40%*. Diakses dari <https://www.topbrand-award.com>