

## DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morrisan. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Aaker D.A., (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand*
- Adi Mas Putra, I Gusti Ngurah Bagus dan Rahyuda, Ketut. (2016). *Peran Brand Equity Memediasi Hubungan Iklan Dengan Keputusan Pembelian Konsumen*. Vol. V, No.XII, 2016: 8134-8166. (8157)
- Agungdsp (2008). Daftar Minuman Isotonik di Indonesia. Diambil dari: <https://agungdsp.wordpress.com/2008/04/10/prospek-industri-minuman-isotonik-di-indonesia/>. Diakses pada (20 Maret 2020)
- Aio (2020). Profil Perusahaan. Diambil dari: [www.aio.co.id/Profil-Perusahaan](http://www.aio.co.id/Profil-Perusahaan). Diakses Pada: 1 April 2020.
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Andraspati, Kenang. (2019). *Pengaruh Iklan Televisi Wuling Motors Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Telkom
- Belch dan Belch. (2012). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective*, 9E Global Edition. New York: McGraw-Hill.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana
- Caturini Rizki, (21 November, 2016). Industri Minuman Isotonik Tumbuh 6,24% per Tahun. *Kontan.co.id*. Diperoleh pada tanggal 20 Maret 2020, dari <https://industri.kontan.co.id/news/industri-minuman-isotonik-tumbuh-624-per-tahun>
- Corab, Harry Herdward. (2019). Soft drink Definition , History, Production, Health and Regulatory Issues. (2019). *Britannica Encyclopedia*. Diambil tanggal 27 Juli 2020, dari <https://www.britannica.com/topic/soft-drink> Dari teks: ( Corab, 2019).

- Del Rio, A.B., R. Vesques dan V. Igle (2001). *The Effect of Brand Associations on Consumer Respons*”. The Journal of Consumer Marketing, 2001: 410-426.
- Durianto, Darmadi (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif (Strategi, Program dan Teknik Pengukuran)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: UNDIP
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (cet. Ke-9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Husaini Azis. (5 Desember, 2019). ASRIM Proyeksikan Volume Permintaan Minuman Ringan Bisa Tumbuh 3% - 4%. *Kontan.co.id*. Diperoleh pada tanggal 20 Maret 2020, dari <https://industri.kontan.co.id/news/asrim-proyeksikan-volume-permintaan-minuman-ringan-bisa-tumbuh-3-4>
- Javier, Alem (2017). *“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian The Botol Sosro (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013)”*. Bandung : Universitas Telkom.
- Kementrian Perindustrian. (2019) Analisis Perkembangan Industri Edidi IV (Halaman 05). Jakarta: Pusat Data Informasi Kemenperin. Diambil pada 20 Maret 2020 dari <https://kemenperin.go.id/kinerja-industri>
- Kennedy, John E. & R. Dermawan Soemanagara (2006.), *Marketing Communication: Taktik & Strategi*, Bhuana Ilmu Komputer, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* 14th edition. Harlow: Pearson Education.
- Made, G. P. (2015). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian surat Kabar Harian Suara Merdeka*. Halaman 9-11
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta

- Manorek,S.L.(2016).*The Influence of Brand Image, advertising, Perceived Price toward Customer Purchase Intention* ,Vol XVI, No I, 2016. (661-670).  
Name, Toronto: Maxwell Macmillan.
- Nielsen (2018). Ramadhan, Pendorong perubahan Konsumsi dan Belanja Iklan Diambil pada pada: 7 April 2020 dari:<https://www.nielsen.com/id/en/press-release/2018/Ramadhan-pendorong-perubahan-konsumsi-dan-belanja-iklan>
- Otsuka Holdings (2020). Laporan Keuangan Otsuka Holdings Tahun Fiskal 2019-2020
- Pardede, R. & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasinya dalam Riset Bisnis* Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Priansa, D. J. (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti , Freddy. 2009. *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan & Kuncoro., E. A. (2017. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2011). *Metode & Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Saryono. (2011). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.
- Siregar, Ir. Syofian. (2014). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajagrafindo
- Sudaryono (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi* . Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

- Sujarweni, V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sundayana, R. (2014). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sundayana, Rostina. (2014). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Caps
- Sunyoto, Danang. (2016). *Teori Kuesioner dan Proses Analisis Data*. Yogyakarta: Caps
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Top Brand Award (2019). Top Brand Index Minuman Isotonik. Diambil pada tanggal 28 Februari 2020 dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wibowo, L. A. dan Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Yuniarti, V. S. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setua