



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek AQ-8 di Kota Jambi

The Influence of AQ-8 Packaging Drinking Water in Jambi City

Agesha Marsyaf¹, Mis Sri Violiyanti Simatupang²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Jambi

Abstrak

Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) semakin berkembang pesat. Hal ini lah yang menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi antar sesama industri AMDK. Selain tingginya tingkat persaingan antar perusahaan dalam industri AMDK, bermunculannya juga depot air minum isi ulang tentunya menjadi masalah tersendiri bagi perusahaan, karena akan menjadi ancaman besar bagi pasar AMDK. Dengan beragamnya produk AMDK yang memadati Kota Jambi maka semakin beragam pilihan produk AMDK yang diminati oleh masyarakat yang akan mempengaruhi keputusan pembelian di masyarakat baik itu harganya maupun kualitas produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kedua faktor yaitu kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian secara kuantitatif deskriptif. Jenis dan sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian di analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Secara keseluruhan hasil analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sedangkan secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

Abstract

Bottled Drinking Water Industry (AMDK). This is what causes a high level of competition between fellow AMDK industries. In addition to the high level of competition between companies in the AMDK industry, the emergence of refill drinking water depots is certainly a problem for companies, because it will be a big threat to the AMDK market. With the variety of AMDK products that crowd Jambi City, there are more diverse choices of AMDK products that are in demand by the public which will influence purchasing decisions in society both the price and the quality of the product. The purpose of this study is to determine the influence of both factors, namely product quality and price on purchasing decisions partially or simultaneously. The research method used is a descriptive quantitative research method. The type and source of data that primary data and secondary data use. Data collection using the method of questionnaires and documentation. The collected data were then analyzed using multiple linear regression analysis. Overall the

The Influence of AQ-8 Packaging Drinking Water in Jambi City

results of multiple linear regression analysis and hypothesis testing can be concluded that simultaneously Product Quality and Price have a significant effect on Purchasing Decisions While partially Product Quality has a significant effect on Purchasing Decisions and Price has an effect significant to purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Price, Purchasing Decision.*



PENDAHULUAN

Perkembangan dunia saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan kreatif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi. Bisnis Air Minum Dalam Kemasan atau (AMDK) semakin menggiurkan, karena kebutuhan air minum terus meningkat seiring dengan pertumbuhan produk. Perusahaan yang menggarap bisnis Air Minum Dalam Kemasan semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar produk-produknya.

Perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengarah ke berbagai hal praktis menjadi fenomena tersendiri bagi dunia bisnis. Hal tersebut memunculkan banyak bisnis produk dalam kemasan yang praktis menjadi marak dalam kancah persaingan (Purnomo Agus, 2015). Maraknya bisnis di industri AMDK ini didasari oleh kebutuhan atas AMDK yang semakin penting dikalangan masyarakat, mengingat ketersediaan air bersih pada beberapa tempat sangat terbatas. AMDK menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan air minum sehat mereka (Surya dan A. Setiyaningrum, 2010).

Menurut data Asosiasi Perusahaan AMDK Indonesia (CNBC) atau di sebut Consumer New and Business Channel Indonesia. Kebutuhan AMDK secara nasional terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Asosiasi perusahaan mengatakan kebutuhan AMDK Indonesia pada setiap tahun mengalami peningkatan.

Tabel 1.1 Perkembangan Volume Penjualan AMDK di Indonesia

Tahun	Konsumsi (Miliar Liter)
2016	9,19%
2017	9,83%
2018	10,69%
2019	11,29%
2020	10,61%

Sumber : CNBC Indonesia, 2020

Berdasarkan pada Tabel 1.1 yang menyatakan bahwa pada tahun 2016-2020 volume penjualan AMDK di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2016 sebesar 9,19% miliar liter naik menjadi 11,29% miliar liter pada tahun 2019. Dan pada Tahun 2020 sebesar 10,61% mengalami penurunan karena Covid 19 (CNBC Indonesia, 2020).

Kota Jambi merupakan kota yang mempunyai jumlah penduduk yang cukup tinggi mencapai 611.353 Jiwa. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan METODE AMDK juga akan meningkat. Potensi dari peningkatan industri ini tentunya dimanfaatkan oleh perusahaan AMDK di kota Jambi untuk bersaing dalam menawarkan keunggulan dari setiap produknya. Berikut merupakan data perusahaan yang menghasilkan AMDK di wilayah kota Jambi.

Tabel 1.2. Daftar Perusahaan AMDK di Kota Jambi

No.	Nama Perusahaan	Nama Produk
-----	-----------------	-------------

1.	PT. Lingga Harapan	Arthess
2.	PT. Sumber Tirta Alam Lestari	AQ-8
3.	PT. Afresh Indonesia	Wigo
4.	PT. Sumber Rezeki Tirta	B. One

Sumber : Hasil Observasi Daftar Perusahaan AMDK Kota Jambi, 2021

Tabel 1.2. Merupakan data perusahaan yang menghasilkan AMDK yang beroperasi di kota Jambi. Posisi PT Sumber Tirta Alam Lestari (AQ-8) berada pada urutan kedua sebagai daftar perusahaan AMDK di kota Jambi. Kebutuhan masyarakat akan air minum sangatlah tinggi sehingga banyak konsumen khususnya di kota besar tidak lepas dari AMDK. Salah satu keunggulan yang dapat dilakukan perusahaan dalam persaingan adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila produk tersebut tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk tersebut akan ditolak oleh konsumen. Kondisi pelanggan yang dapat menilai suatu kualitas produk memaksakan perusahaan harus mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari ketidakpuasan pelanggan (Gusmanto Rahman Hasibuan, 2014).

Tabel 1.3 Daftar Harga AMDK di Kota Jambi

Outlet	Arthess					
	120ML	240ML	330ML	600ML	1500ML	19LITER
AGEN	Rp.27.000	Rp.19.000	Rp.27.000	Rp.35.000	Rp.35.000	Rp. 13.000
MODERN TRADE	Rp.25.000	Rp.23.000	Rp.29.000	Rp.37.000	Rp.37.000	Rp. 15.000
GENERAL TRADE	Rp.24.500	Rp.22.000	Rp.28.000	Rp.36.000	Rp.36.000	Rp. 14.000
Outlet	AQ-8					
	120ML	240ML	330ML	600ML	1500ML	19LITER
AGEN	Rp.23.500	Rp.17.000	Rp.26.000	Rp.31.000	Rp.31.000	Rp. 8.500
MODERNTRADE	Rp.25.000	Rp.19.000	Rp.28.000	Rp.33.000	Rp.33.000	Rp. 10.000
GENERAL TRADE	Rp.24.000	Rp.18.000	Rp.27.000	Rp.32.000	Rp.32.000	Rp. 9.000
Outlet	Wigo					
	120ML	240ML	330ML	600ML	1500ML	19LITER
AGEN	Rp.19.000	Rp.14.000	Rp.25.000	Rp.25.000	Rp.25.000	Rp. 8.000
MODERN TRADE	Rp.22.000	Rp.16.000	Rp.27.000	Rp.27.000	Rp.27.000	Rp. 9.500
GENERAL TRADE	Rp.21.000	Rp.17.000	Rp.26.000	Rp.26.000	Rp.26.000	Rp. 8.500
Outlet	B. One					
	120ML	240ML	330ML	600ML	1500ML	19LITER
AGEN	Rp.18.000	Rp.14.000	Rp.25.000	Rp.25.000	Rp.25.000	Rp. 8.000
MODERN TRADE	Rp.20.000	Rp.16.000	Rp.27.000	Rp.27.000	Rp.27.000	Rp. 9.500



GENERAL TRADE	Rp.19.000	Rp.17.000	Rp.26.000	Rp.26.000	Rp.26.000	Rp. 8.500
---------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Sumber: Hasil Observasi Daftar harga AMDK Kota Jambi, 2021

Tabel 1.3 Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dilihat dari segi harga, penetapan harga AQ-8 sedikit di atas merek wigo dan B.one dan di bawah harga Arthees di karenakan produk Arthess telah memiliki Brand pertama kali air mineral yang ada di kota jambi. Penentuan harga ini juga dilakukan agar memposisikan AQ-8 sebagai air minum premium dengan mengutamakan kualitas air yang baik dan memberikan harga yang standar. Bagi konsumen kualitas produk merupakan salah satu penentu dalam menentukan pilihan sebelum membeli. Kualitas produk mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian.

Apabila kualitas produk yang dihasillkan bagus atau berkualitas maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Meskipun konsumen mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kualitas produk, tetapi setidaknya konsumen akan memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhan lainnya. Sedangkan harga merupakan salah satu faktor penentu dalam menetapkan keputusan pembelian, karena konsumen atau calon konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk jika manfaat dan kualitas lebih besar atau sama dengan apa yang telah konsumen bayar (Aliefia Hanifaradiz, 2016).

Salah satu diantara produk air mineral yang telah memiliki merek adalah AQ-8. AQ-8 adalah sebuah merek air minum dalam kemasan (AMDK) yang diproduksi oleh PT SUMER TIRTA ALAM LESTARI sejak tahun 2004. AQ-8 tersebut merupakan produk AMDK dengan penjualan nomor dua dan menjadi pelopor industri di Jambi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan distribution relation manager PT. Sumber Tirta Alam Lestari Tbk (AQ-8), yaitu Susiani beliau mengatakan bahwa AQ-8 adalah pabrik pengolahan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang di produksi sejak tahun 2004 yang sampai saat ini memproduksi kemasan botol 330 ml, botol 600 ml, botol 1500 ml, kemasan Cup 120 ml dan Cup 240 ml, dan Kemasan Galon 19 Liter. Pada saat ini PT. Sumber Tirta Alam Lestari Tbk memproduksi produk AMDK dengan merek AQ-8 dan secara terus menerus melakukan perbaikan keefektifan Sistem Manajemen Mutu.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan paradigma deskriptif-kuantitatif yaitu penelitian dengan menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika, dan memberi gambaran yang lebih jelas tentang hasil penelitian dengan memusatkan pada aspek-aspek tertentu dan sering menunjukkan pengaruh antara berbagai variable (DR. Riduwan, M.B.A, 2014). Metode deskriptif adalah metode statistic yang menitik beratkan pada pengumpulan, penyajian, pengelolaan serta ringkasan data yang mana aktivitas ini tidak berlanjut pada penarikan kesimpulan.

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen AMDK Merek AQ 8 di Pall Merah Jambi, yang jumlahnya tidak diketahui. (Data Arsip PT. STAL, 2020). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Didapatlah sebanyak $96,04 = 100$ (dibulatkan).

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diambil dari responden melalui jawaban kuesioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t, uji F, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi (R^2).

HASIL

Tabel 3.1 Hasil Uji Hipotesis T (Kualitas Produk)

Hasil Uji T						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.995	1.779		4.495	.000
	<i>Kualitas Produk</i>	.548	.064	.657	8.627	.000
a. Dependent Variable: Kualitas Produk						

Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025) maka diperoleh untuk T_{tabel} sebesar 1,984. Karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $8,627 > 1,984$. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis tersebut sudah teruji bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3.2 Hasil Uji Hipotesis T (Harga)

Hasil Uji T						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.590	1.615		8.415	.000
	<i>Harga</i>	.382	.063	.521	6.037	.000
a. Dependent Variable: Harga						

Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025) maka diperoleh untuk



Ttabel sebesar 1,984. Karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $6,037 > 1,984$, Maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis tersebut sudah teruji bahwa terdapat pengaruh kualitas Harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3.3 Hasil Uji Hipotesis F

Hasil Uji F						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125.048	2	62.524	37.917	.000 ^b
	Residual	159.952	97	1.649		
	Total	285.000	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk						

Penelitian ini diperoleh nilai F hitung sebesar 37,917 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3.09, dengan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,005. Hal ini mengartikan bahwasannya ketentuan nomor dua benar. Kesimpulannya, terdapat pengaruh antara kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.719	1.794		4.303	.000
Kualitas Produk	.479	.089	.574	5.383	.000
Harga	.087	.078	.119	1.112	.269
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,719 + 0,479 X_1 + 0,087 X_2$$

1) Nilai β_1 sebesar 0,479 hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek AQ-8, hal ini berarti apabila kualitas produk ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat.

2) Nilai β_2 sebesar 0,087 hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan

merek AQ-8 , hal ini berarti apabila harga ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat.

Tabel 3.5 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 ^a	.439	.427	1.284

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa R square untuk variabel independen adalah 0,439. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebesar 43,9% (diperoleh dari $0,439 \times 100\%$). Sedangkan sisanya sebesar 56,1% dipengaruhi oleh faktor lain variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji penelitian dengan analisis regresi linier berganda, dapat dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian AMDK merek AQ-8. Hal ini dikarenakan posisi AQ-8 sebagai Air mineral kesehatan yang artinya air tersebut bagus di konsumsi dan PH air yang memenuhi standar kualitas air minum. Dan menjadikan produk AMDK tersebut menjadi kategori produk dengan merek yang generic atau memiliki brand image yang tinggi dikalangan masyarakat selain itu produknya juga dikenal masyarakat sejak 2004, pengetahuan konsumen terhadap kualitas produk yang dimiliki AQ-8. Hasil uji untuk variabel bebas Harga menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian AQ-8 di Kota Jambi.

Ditinjau dari kualitas produk dan harga dapat dilihat dari sisi manfaat dan sebagai air kesehatan. Perilaku konsumen erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan pembelian. melakukan keputusan pembelian, maka seorang konsumen harus dapat mengasumsikan fungsi daya guna barang yang akan dibelinya.

SARAN

Bagi Perusahaan PT. SUMBER TIRTA ALAM LESTARI Khususnya perusahaan air mineral AQ-8 bahwa kualitas produk dan harga yang diberikan oleh perusahaan AQ-8 sudah memberikan kualitas dan manfaat yang baik terhadap keputusan pembelian konsumen AQ-8 di Kota Jambi, akan tetapi dalam hal ini bukan berarti kualitas produk dan harga yang ditetapkan berhenti disini saja, mengingat banyaknya pesaing dipasaran yang dihadapi oleh AQ-8 maka perusahaan harus tetap melakukan beberapa hal sehingga nantinya diharap konsumen memiliki persepsi yang cukup baik



terhadap kualitas produk dan harga yang dimiliki oleh AQ-8, diantaranya yang dapat dilakukan oleh AQ-8 adalah:

1. Meningkatkan kualitas produk dari event-event yang diadakan oleh AQ-8 sehingga banyak konsumen yang melihat sebagai kepedulian yang positif dan meningkatkan perhatian konsumen khususnya di Kota Jambi.
2. Perusahaan harus dapat menetapkan harga yang lebih kompetitif sehingga dapat dijangkau oleh semua konsumen khususnya di Kota Jambi.
3. Perusahaan tetap menjaga mutu dan kualitas yang telah dimilikinya selama ini dengan cara pengelolaan sumber daya produksi dan sumber daya manusia yang lebih efektif dan efisien, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.
4. Persepsi harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan harus ditinjau secara periodic, hal ini perlu diperhatikan mengingat pada saat ini tingkat persaingan untuk bisnis ini cukup tinggi, sehingga perusahaan harus terus meninjau kembali persepsi harga yang lebih baik tanpa mengurangi kualitas/mutu dari suatu produk itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliefia Hanifaradiz, 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebouy*. Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Alfian, B.2012.Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman. Makasar:Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Bachtiar Eno Amaliah. 2012. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Moto Honda di Makassar.Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Hasanuddin.Makassar.
- Bayu Prawira dan Ni Nyoman Kerti Yasa.2014. Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar. Universitas Udayana.
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: Satu Nusa.
- Duwi, Priyanto, 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana.
- Feriyanto. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: PT. Raja Grafinda. Andi Syahrur.
- Juliandi Azuar. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif: untuk ilmu-ilmu Bisnis. Medan.
- Kotler dan Amstrong. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2019. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Mardalena dan Sarinah. 2017. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish, Mei 2017.

- Pradipta Ayu Dyah. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Pelumas PT.Pertamina (PERSERO) Enduro 4T di Makassar. FakultasEkonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar .
- Pratama (2014) Analisis Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan, dan Harga Terhadap Niat Beli Smartphone Nokia Lumia, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Pujadi, Bambang. 2011. Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat BeliMelalui Sikap.Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rachman.2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembeliian Iphone.Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Hasanuddin. Makassar .
- Raditya Anjana. 2013. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Komunikasi Pemasaran Universitas Bina Nusantara.Universitas Bina Nusantara.
- Rizki, Nurafdal. 2011.Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Pada PT. Hadji Kalla di Makassar.
- Saputra, Aswin.2012. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Pengambilan KeputusanPembelian Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry.FakultasEkonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Silvya L. Mandey.2019. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.Vol. 6.No. 1.
- Simamora, Henry. 2011.Manajemen Pemasaran Internasional. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supranto dan Limakrisna.2011. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta.Mitra Wacana Media.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor: IN MEDIA.
- Sutisna.2011. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT. RemajaRosdakarya
- Tjiptono,Fandy. 2018. Strategi Pemasaran.Yogyakarta.
- Winda, Clarinda. 2016 Pengaruh Gaya Hidup, Merek, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara .
- DR. Riduwan, M.B.A, 2014. *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Gusmanto, Rahman hasibuan, 2014. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada ProdukAir Minum Dalam Kemasan (Amdk) Galon Merek Aqua*. Batam : Jurnal Bening Prodi Manajemen.
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200910163333-8-185918/menakar-bisnis-air-minum-dalam-kemasan> Website resmi data CNBC Indonesia, 2020.



Purnomo, Agus, 2015. *Pengaruh Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merk Aqua*. Banjarmasin : Jurnal pemasaran.

Surya dan A. Setiyaningrum, 2009. *Analisis Persepsi Konsumen pada Aplikasi Bauran Pemasaran Serta Hubungannya terhadap Loyalitas Konsumen*. Jakarta : Journal of Business Strategy and Execution.