

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Agung, Andam. *Prospek Industri Minuman Isotonik Di Indonesia*. 2013. <https://agungdsp.wordpress.com/2008/04/10/prospek-industri-minuman-isotonik-di-indonesia>. (Diakses tanggal 18 Mei 2015)
- Alvidhea. *Minuman Isotonik dan Minuman Berenergi*. 2011. <http://wigard-foodiesanddrinks.blogspot.com/2011/11/minuman-isotonik-dan-minuman-berenergi.html>. (Diakses tanggal 15 Mei 2015)
- Amazine. *Seberapa Banyak Anda Seharusnya Minum*. 2014. <http://www.amazine.co/39981/3-jenis-minuman-elektrolit-minuman-olahraga-manfaatnya/>. (Diakses tanggal 13 Mei 2015)
- Amstrong, Gary dan Kotler, Philip. 2015. *Marketing an Introduction*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Andarwulan, Nuri. *Beda Sport Drink, Energy Drink, dan Suplemen*. 2014. <http://www.parenting.co.id/article/usia.sekolah/beda.sport.drink.energy.drink.%20dan%20suplemen/001/004/806>. (Diakses tanggal 13 Mei 2015)
- Anderson, David R., *et al.* 2008. *Quantitative Methods for Business*. Oklahoma: Thomson Higher Education.
- Andreani, Fransisca, *et al.* *The Impact of Brand Image Towards Loyalty with Satisfaction as a Mediator in McDonald's*, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 14 No.1, 2012, hal. 63 – 70.
- Anggayasta, Adeg. *Analisis Pengaruh Peoduk Inti dan Produk Peripheral terhadap Minat Beli Ulang di Retronomic Boy Shop di Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2011.
- Arumsari, Dheany. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum siap minum (AMDK) Merek AQUA*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012.
- Ardiansyah, Yul. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Ulang Air Minum Dalam Kemasan Galon AQUA di Kota Padang*, *Jurnal Manajemen UNP*, Vol. 2 No.1, 2013, hal. 1 – 10.
- Auda, Rima Zhuhriah. *Pengaruh Citra Merek terhadap Intensi Membeli*. Skripsi. Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara, 2009.

- Badan Pengawas Obat dan Makanan, Surat Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. HK.00.05.52.4040. Kategori Pangan. Jakarta: BPOM, 2006.
- Boone dan Kurtz, David L. 2015. *Contemporary Marketing*. Stamford: Cengage Learning.
- Brannan, Tom. 2005. *Integrated Marketing Communications: Memadukan Upaya Public Relations, Iklan, dan Promosi untuk Membangun Identitas Merek*. Jakarta: PPM.
- Cahyono, Dwi. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Air Mineral Aqua. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, 2005.
- Damsuki, Ayu A., *et al.* Pengaruh *Brand Knowledge, Brand Relationship, Behavioral Intention, Brand Advertisement*, dan *Brand Experience* pada *Repurchase Intention* Teh Tong Tji di Mall Surabaya, Jurnal GEMA Aktualita, Vol. 3 No.2, 2014, hal. 20 – 29.
- Daniel dan Samuel, Hatane. Pengaruh *Perceived Quality, Perceived Sacrifice*, dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* di *Informa Innovative Furnishing* Pakuwon City Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1 No.1, 2013, hal. 1 – 12.
- Dila. Artikel Sehat: Minuman Isotonik Bagi Pasien DBD. 2008. <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/sehat/2008/07/05/135/Minuman-Isotonik-Bagi-Pasien-DBD>. (Diakses tanggal 19 Mei 2015)
- Djiepta. *Forum: Iklan Minuman Isotonik Menjijikan*, 2014. <http://www.kaskus.co.id/thread/533b62c4bccb1786018b4a68/iklan-minuman-isotonik-menjijikan/1>. (Diakses tanggal 19 Mei 2015)
- Durianto, Darmadi, *et. al.* 2004. Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, *et. al.* 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Edi, Sarwo. Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Asosiasi Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2013.
- Eka, Noviasari Dewi, *et al.* Pengaruh CSR, *Perceived Quality*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan *Corporate Image* sebagai Variabel *Intervening*, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 14 No. 1, 2012, hal. 1 – 8.

- Effendy, Onong Ucjana. 1992. *Siaran Televisi: Teori dan Praktek*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling* dalam Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghanimata, Fifyanita dan Kamal, Mustafa. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 1 No. 2, 2012, hal. 1 – 10.
- Godam. Artikel Ekonomi: Pengertian Harga, Tujuan, dan Metode Penetapan Harga. 2012. <http://www.organisasi.org/1970/01/definisi-pengertian-harga-tujuan-metode-pendekatan-penetapan-harga-manajemen-pemasaran.html>. (Diakses tanggal 24 Mei 2015)
- Grewal, D., Monroe, K. B., dan Krishnan, R. *The Effects of Price-Comparison Advertising on Buyer's Perceptions of Aquisition Value, Transaction Value, and Behavioral Intentions*, *Journal of Marketing*, Vol. 62, 1998, hal. 46 – 59.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., dan Rickard, J. A. *Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model*, *European Journal of Marketing*, Vol. 37 No. 11/12, 2003, hal. 1.762 – 1.800.
- Istijanto. 2007. *63 Kasus Pemasaran Terkini Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Johanna P., Myra. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang. Thesis. Tangerang: Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, 2006.
- Kartika, Eric Kusnadi. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Niat Beli Ulang Sepeda Motor Honda Kategori *Sport Mid*, *E-Journal Graduate Unpar Part A*, Vol. 1 No. 2, 2014, hal. 162 – 175.
- Kartajaya, Hermawan dan Yuswohady. 2005. *Attracting Tourists, Traders, Investors: Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta: MarkPlus&Co.
- Kasali, Renald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Penerbit Grafiti.
- Keller, Kevin Lane. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management : Building, Measuring and Management Brand Equity 3rd Edition*. New Jersey : Prentice Hall International.

- Kinney, Thomas dan Taylor, James R. 1995. *Marketing Research: An Applied Approach*. New York: McGraw Hill Text.
- Khumaidi, Ahmad. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, 2013.
- Koswara, Sutrisno. *E-Book Pangan: Hasil Penelitian Minuman Isotonik*. Semarang: Program Studi Pangan Universitas Muhammadiyah Semarang, 2009.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2013. *Marketing Management 14e Global Edition*. Essex: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krisyanto, Jajat. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, Iwan, *et al.* Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 4 No.2, 2007, hal. 20 – 29.
- Kusuma, Cornelius. Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran De Bolivia Signature terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 1 No. 1, 2013, hal. 538 – 550.
- Lessen Creative Commons. Penentuan Harga. 2013. http://ms.wikipedia.org/wiki/Penentuan_harga. (Diakses tanggal 19 Mei 2015)
- Majalah Parenting Indonesia. *Sport Drink, Energy Drink, dan Suplemen*. 2014. <http://www.parenting.co.id/article/usia.sekolah/beda.sport.drink.energy.drink,dan.suplemen/001/004/806>. (Diakses tanggal 10 Mei 2015)
- Mahmudoh, Siti dan Setyorini, Deviani. Pengaruh Iklan di Televisi terhadap Kesadaran Merk, *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol. 2 No. 4, 2011, hal. 1 – 15.
- Mega. Minuman Isotonik Berbahaya atau Bermanfaat?. 2014. <http://www.itb.ac.id/news/4351.xhtml>. (Diakses tanggal 20 Mei 2015)
- Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Mufarifah, Hanik dan Triyono. Dampak Periklanan terhadap Minat Beli pada *Handphone Samsung Galaxy* (Studi Eksplorasi Pengguna *Handphone Samsung Galaxy* di Semarang), *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2, 2013, hal. 20 – 41.
- Nera, Ratna. Artikel Sehat: Minuman Isotonik Bagi Pasien DBD. 2008. <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/sehat/2008/07/05/135/Minuman-Isotonik-Bagi-Pasien-DBD>. (Diakses tanggal 19 Mei 2015)
- Nielsen. *Press Room: Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa*. 2014. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>. (Diakses tanggal 19 Mei 2015)
- Nurlaila, Anda. Menilik Plus Minus Minuman Berkarbonasi. 2011. <http://life.viva.co.id/news/read/268680-menilik-plus-minus-minuman-berkarbonasi>. (Diakses tanggal 13 Mei 2015)
- Pamungkas, Abdee. Artikel Sains: Pengertian Periklanan. 2012. <http://www.diwarta.com/2012/04/05/pengertian-periklanan-promosi-advertising.html>. (Diakses tanggal 26 Mei 2015)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*, *Journal of Retailing*. No.64 (1), 1988, hal. 12 – 40.
- Poeradisastra, Farchad. *Prospek dan Perkembangan Industri Minuman Ringan di Indonesia*. 2011. <http://foodreview.co.id/preview.php?view2&id=56483#.VWKMQFIaBSk>. (Diakses tanggal 21 Mei 2015)
- Priyanto, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Priyosoelilo, Trijono. *Asosiasi Minuman Ringan (ASRIM)*. <http://asrim-indonesia.org/>. (Diakses tanggal 16 Mei 2015)
- Pradipta, Dyah Ayu A. *Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, 2012.
- Riadi, Jessica. *Implementasi Marketing Communications dalam Proses Re-Branding Fatigon Hydro Menjadi Hydro Coco*. Thesis. Tangerang: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, 2014.
- Richey, Rita C. dan Klein, James D. 2007. *Design and Development research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, Singgih. 2011. *Structural Equation Modeling (SEM)*, Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Leslie L. 2006. *Consumer Behavior 7th Edition*. New York: Prentice Hall International.
- Saputra, Hendra. Analisis Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Medan. Thesis. Medan: Program Studi Ilmu Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2008.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2009. *Research Methods for Business*. Cornwall : John Wiley and Sons Ltd.
- Sengupta, S. 2005. *Brand Positioning: Strategies for Competitive Advantaged 2nd*. New Delhi: Tata McGrawn-Hill, Ltd.
- Severi, Erfan dan Ling, Kwek Choon. *The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity*, Journal of Canadian Center of Science and Education, Vol. 9 No. 3, 2013, hal. 125 – 137.
- Shaw, Robert dan Reed, David. 1999. *Measuring and Valuing Customer Relationships: How to Develop The Measures that Drive Profitable CRM Strategies*. London: Business Intelligence.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen, Cetakan Ketiga*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Simanjuntak, Viana. A. S. Analisis Pengaruh Iklan Rokok di Televisi terhadap Keputusan Pembelian Rokok Siswa SMA di Kota Madya Jakarta. Skripsi. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2014.
- Situmorang, Syafrizal Helmi. 2010. *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. 2008. *Marketing Research*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.

- Suryani. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- Sugiyanto, Christian. Analisis Pengaruh Media Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Minuman Fanta Kemasan pada Masyarakat Purworejo, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 8 No. 2A, 2012, hal. 1 – 12.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto. 2007. *Statistika Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sumihar, Ratna. Seberapa Banyak Anda Seharusnya Minum. 2012. <http://meetdoctor.com/article/berapa-banyak-seharusnya-anda-minum>. (Diakses tanggal 16 Mei 2015)
- Supranto dan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Surono. Analisis Pengaruh Penetapan Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- Stanton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid Pertama*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Taufandra, Muhammad dan Ranatha, I. G. Bayu. Pengaruh Citra Merek terhadap Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 3 No. 11, 2014, hal. 3343 – 3356.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Top Brand Index. Top Brand Phrase: Survey Methodology*. 2015. http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey_methodology. (Diakses tanggal 21 Mei 2015)
- Tybout, Alice. dan Calkins, Tim. 2005. *Kellog on Branding*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Wahyono, Budi. Artikel Retailing: Citra Merek (*Brand Image*). 2011. http://www.Pendidikan_ekonomi.com/2012/11/pengertian-brand-image.html (Diakses tanggal 23 Mei 2015)
- Waluyo, Minto. 2011. Panduan dan Aplikasi *Structural Equation Modeling*. Jakarta : Penerbit Indeks.
- Wardoyo, Erina. Artikel Minuman Kesehatan: Jangan Asal Minum Minuman Isotonik Pastikan Waktunya Tepat. 2015. <http://www.brilio.net/news/jangan-asal-minum-minuman-isotonik-pastikan-waktunya-tepat-1504275.html>. (Diakses tanggal 22 Mei 2015)
- Wasis. 2008. Pedoman Riset Praktis. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Widiyaningsih, Anita. Artikel Pemasaran: Citra Merek. 2013. <http://wdyanita.blogspot.com/2013/11/brand-image-citra-merek.html>. (Diakses tanggal 18 Mei 2015)
- Widiyanti, Arin. Artikel Detik *Finance*: Harga Makanan dan Minuman Mewah Akan Naik 5 – 15%. 2007. <http://finance.detik.com/read/2007/04/02/134234/761823/4/>. (Diakses tanggal 19 Mei 2015)
- Woodside, Arch G. 2009. *Perspectives on Cross-Cultural, Ethnographic, Brand Image, Story Telling, Unconscious Needs, and Hospitality Guest Research*. Bingley : Emerald.
- Widhiarso, Wahyu. *E-Book Pelatihan: Pelatihan Analisis SEM melalui AMOS*. Yogyakarta: Program Studi Psikologi Universitas Gajah Mada, 2009.
- Wijaya, Hilman. Persepsi Konsumen, Sikap, dan Minat Beli Ulang terhadap Produk *Staple Goods Private Label* di Indonesia dengan Model Analisa Struktural (SEM), Jurnal MM Atmajaya, 2014, hal. 1 – 28.
- Yusup, Muhammad. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2011.
- Yusup, Muhammad. Pengaruh Periklanan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Kota Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, 2012.
- Zulfadly, Edo. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult di Kota Padang, Jurnal Manajemen UNP, Vol. 2 No.1, 2013, hal. 1 – 12.