

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2010. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 492/MENKES/PER/IV/2010*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Anonim. 2019a. *Zenith Sees “Headroom” For Bottled Water Growth*. Dalam <http://www.foodbusinessnews.net/articles/10595-zenith-sees-headroom-for-bottled-water-growth> diakses pada tanggal 3 November 2019 pukul 23.58 WIB.
- Anonim. 2019b. *The Global Bottled Water Market: Expert Insights & Statistics*. Dalam <https://blog.marketresearch.com/the-global-bottled-water-market-expert-insights-statistics> diakses pada tanggal 4 November 2019 pukul 00.27 WIB.
- Anonim. 2019c. *Perkumpulan Perusahaan Air Minum dalam Kemasan Indonesia*. Dalam <http://aspadin.com/index.html> diakses pada tanggal 12 Mei 2019 pukul 21.20 WIB.
- Anonim. 2019d. *Top Brand Index*. Dalam http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2 diakses pada tanggal 12 Mei 2019 pukul 21.58 WIB.
- Anonim. 2019e. *Siaran Pers: Kampanye Zero Plastic, Be Fantastic Sebagai Wujud Penerapan Eco Office*. Dalam http://ppid.menlhk.go.id/siaran_pers/browse/375 diakses pada tanggal 5 November pukul 20.34 WIB.
- Anonim. 2019f. *Zero Plastic Jadi Gaya Hidup, Ini Dampaknya Versi KLHK*. Dalam <https://www.gatra.com/detail/news/428315/gaya%20hidup/zero-plastic-jadi-gaya-hidup-ini-dampaknya-versi-klhk> diakses pada tanggal 6 November 2019 pukul 00.13 WIB.
- Anonim. 2019g. *Coca Cola Indonesia Memperkenalkan Teknologi ASSP yang Mengurangi Penggunaan Plastik Lebih dari 40%*. Dalam <https://www.cocacola.co.id/cerita/coca-cola-indonesia-memperkenalkan-teknologi-assp-yang-mengurangi-penggunaan-plastik-lebih-dari-40persen> diakses pada tanggal 20 November 2019 pukul 9.52 WIB.
- Badan Standardisasi Nasional. 2006. *SNI 01-3553-2006 (Air Minum Dalam Kemasan)*. Jakarta : Badan Standardisasi Nasional.
- Batey, M. 2008. *Brand Meaning*. Routledge. New York.
- Beth, T. 2015. *Plastic-Free: How I Kicked Plastic Habit and How You Can Too*. Skyhorse. New York.

- Dinawan, M. R. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX, (3): 335-369.
- Durianto, D., Sugiarto, & T. Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Evans, J. R. 2008. *Quality and Performance Excellence: Management, Organization, and Strategy*. Thomson Learning. Mason.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Febriani, N. S., & W. W. A. Dewi. 2019. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Malang: UB Press.
- Harahap, D. A. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7, (3): 227-242.
- Harsono, M. A. S. H. 2018. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunarti. 2018. Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57, (1): 180-188.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Krisnawati, D. 2016. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 4, (1): 1-8.
- Koushal, V., R. Sharma, M. Sharma, R. Sharma, & V. Sharma. 2014. Plastics: Issues Challenges and Remediation. *International Journal of Waste Resources*, 4, (1): 1-6.
- Kusuma, A., & H. K. Dewi. 2017. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen di Kelurahan Barurambat Timur, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan). *Jurnal Makro Manajemen*, 2, (2): 234-258.
- Manroe, T. 2020. *Ego-friendly*. Jakarta: Guepedia.
- Ningsih, F., S. Nas, & H. Syabus. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan

- Ekonomi Universitas Riau). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 3, (2): 1-8.
- Noor, J. 2017. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Purwaningrum, P. 2016. Upaya Mengurangi Timbulan Sampah Plastik di Lingkungan. *Jurnal Teknologi Lingkungan*, 8, (2): 141-147.
- Putra, G. P., Z. Arifin, & Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48, (1): 124-132.
- Riyono, & G. E. Budiharja. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8, (2): 92-122.
- Rizan, M., K. L. Handayani, & A. Kresnamurti RP. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedaap). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6, (1): 457-479.
- Ronitua, A., L. Brida, & H. Barry. 2017. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale. *Jurnal Epigram*, 14, (2): 113-121.
- Safin, N. A. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Samosir, C. B. H., & A. B. Prayoga. 2015. Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1, (3): 1-13.
- Silfiani, Y. Y., & H. Utomo. 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK Java. *Jurnal Among Makarti*, 10, (20): 37-55.
- Song, Q., J. Li, & X. Zeng. 2014. Minimizing The Increasing Solid Waste Through Zero Waste Strategy. *Journal of Cleaner Production*, 104, (2015): 199-210.
- Sumarwan, U., & F. Tjiptono. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor : IPB Press.

- Sulistiani, S. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan pada Produk Hydro Coco PT Kalbe Farma. *Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 2, (4): 27-39.
- Tjiptono, F. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ursula, H. 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Teh Botol Sosro di Kota Pontianak*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura: Pontianak.
- Wanda. 2019. Upaya Indonesia Menanggulangi Limbah Sampah Plastik dari Belanda. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP UNRI*, 6, 1-12.
- Widjaja, A., & Y. S. Kunto. 2014. Analisa Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk AMDK. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2, (1): 1-8.
- Winarti, P., & Azizah. 2016. Penyuluhan Pengelolaan Sampah Plastik dengan Konsep Zero Waste bagi Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7, (1): 60-68.
- Yoebrilianti, A. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8, (1): 20-44.
- Zulaicha, S., & R. Irawati. 2016. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, 4, (2): 125-136.