

Analisis Evaluasi Merek AQUA Galon

Solihat Solihat¹; Silfi Purnama Nur²; Syamsul Hidayat³

Universitas Bina Bangsa

Email: solihat190900@gmail.com¹; silvipurnamanur@gmail.com²

Alamat: JL Raya Serang - Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan,
Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten 42124

Abstract: Aqua is a brand of bottled drinking water (AMDK) produced by PT. Aqua Golden Mississippi Tbk. in Indonesia which is processed from pure mountain spring water with highly preserved mineral content using advanced filtration technology with natural purity that is highly maintained. This research aims to find out how trusted the Aqua Gallon brand is for consumption among Bina Bangsa University students majoring in accounting. This research was conducted by taking a sample of 135 respondents and tested with the help of Microsoft Excel.

Keywords: Evaluation, Brand and Aqua Gallon

Abstrak: Aqua adalah merek air minum dalam kemasan (AMDK) yang diproduksi PT. Aqua Golden Mississippi Tbk. di Indonesia yang diolah dari sumber mata air murni pegunungan dengan kandungan mineral yang sangat terpelihara dengan teknologi filtrasi canggih dengan ke higienisan yang sangat terjaga kemurnian alamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa dipercayanya merek aqua galon untuk di konsumsi di kalangan mahasiswa Universitas Bina Bangsa jurusan akuntansi. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel 135 responden dan di uji dengan bantuan Microsoft excel.

Kata Kunci : Evaluasi, Merek dan Aqua Galon

LATAR BELAKANG

Kebutuhan manusia yang paling mendasar menurut Maslow adalah kebutuhan akan pangan yang mana setiap manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan berbagai cara. Berdasarkan tingkat konsumsi makanan dan minuman yang cukup tinggi, salah satu sub sector industry yang akan berkembang dengan pesat adalah air minum dalam kemasan, Air minum adalah salah satu kebutuhan utama manusia sebagai pelepas dahaga dan kebutuhan ini cenderung berulang. Kebutuhan yang berulang inilah yang mendorong para pelaku bisnis untuk mengambil peluang bisnis tersebut. sektor ini terbukti dengan banyaknya investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan merek minuman, dan juga dari beberapa pengalaman saat mengangkut air minum dalam kemasan (Firdaus, 2022.)

Tepat pada tahun 2000 yang dimana merupakan pergantian tahun milenium, AQUA melakukan perluncuran produk dengan label Danone-AQUA. Pada tahun 2001 Danone melakukan peningkatan saham kepemilikan di PT Tirta Investama dari 40% menjadi sebesar 74%, sehingga pada akhirnya Danone menjadi pemegang saham mayoritas dalam AQUA Group, dan pada tanggal 1 November 2001 AQUA meluncurkan produk kemasan botol kaca yang berukuran 380ml. Di Tahun 2002 AQUA berhasil menyabet berbagai penghargaan di

ajang Indonesian Best Brand 5. Pada saat ini AQUA sendiri memiliki beberapa kemasan botol plastik yang beredar di pasaran diantaranya yaitu Botol Plastik ukuran 330 ml (botol kecil), 600 ml (botol tanggung), dan 1500 ml (botol besar) dan kemasan gelas plastik ukuran 240 ml, serta kemasan galon 19 L. (MA widjaja, 2014)

Perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk saja, tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut.

Sistem Pendukung Keputusan dengan metode Analytic Network Process (ANP) yang merupakan kelanjutan dari metode AHP, berdasarkan hasil penelitian Dr. Saati yang menemukan metode AHP, bahwa metode ANP mempunyai keunggulan dibandingkan dengan AHP dalam menyelesaikan masalah yang lebih kompleks. Dimana sistem pendukung keputusan ini akan membantu melakukan penilaian produk dalam melakukan perubahan kriteria, dan perubahan nilai bobot yang berguna untuk memudahkan pengambilan keputusan terkait dengan masalah seleksi air minum dalam kemasan botol, sehingga akan didapatkan air minum dalam kemasan galon (AMDK) yang paling layak untuk dipilih oleh konsumen (Asbon Hendra Azhar, Ratih Adinda Lestari, 2018).

Proses segmentasi pasar memungkinkan setiap perusahaan mengidentifikasi berbagai segmen yang berhasil dibentuk dan melakukan evaluasi terhadap daya tarik setiap segmen dengan mencermati ukuran, pertumbuhan, persaingan, profitabilitas, dan kesesuaiannya. Akhirnya perusahaan dapat memusatkan perhatian pada segmen-segmen pasar yang dipilih dan dinilai memiliki respon potensial untuk digarap. Menurut Kotler (2007:371) segmentasi pasar adalah usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu dan yang memerlukan bauran pemasaran tersendiri. Menurut Fandy Tjiptono (2008:69) terdapat tiga langkah segmentasi, yaitu : segmenting, targeting, dan positioning. Segmenting adalah kegiatan mengidentifikasi kelompok pasar yang memiliki kesamaan perilaku.

KAJIAN TEORI

David aaker, (1997) dalam A.B Santoso (2004 : 6) merek adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan (seperti logo, cap, atau kemasan) engan maksud mengidentifikasikan barang atau jasa dari seseorang penjual atau sebuah kelompok penjual tertentu.

Aaker (1997) juga mengemukakan piramida untuk mengukur Brand awareness (kesadaran merek) dari tingkat terendah hingga paling tinggi adalah.

- 1) Tidak menyadari merek (Unaware of Brand), yang mana pelanggan tidak sadar akan adanya sebuah merek yang mana ini sebagai tingkat terendah dalam piramida kesadaran merek.
- 2) Pengenalan merek (Brand Recognition) yakni minimnya kesadaran merek, yang mana munculnya kembali pengenalan sebuah merek sesudah diingat lagi menggunakan bantuan (aided recall).
- 3) Peningkatan kembali terhadap merek (Brand Recall) yakni kembali mengingat suatu merek dengan tidak adanya bantuan apapun (unaided recall).
- 4) Puncak pikiran (Top of mind) yakni merek yang muncul pertama kali dalam benak pelanggan ataupun merek pertama yang pelanggan sebutkan. Bisa dikatakan, merek ini ialah merek utama pada benak konsumen pada lainnya.

METODE PENELITIAN

Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dengan menggunakan metode pendekatan ini akan memungkinkan para analis untuk mengetahui sejauh mana penilaian dan kepercayaan konsumen terhadap aqua galon untuk di konsumsi di kalangan mahasiswa UNIBA prodi akuntansi.

Teknik analisis data kuantitatif adalah serangkaian metode dan prosedur yang digunakan untuk mengolah, menganalisis, dan menginterpretasikan data berbentuk angka. Tujuan utama dari teknik ini adalah untuk mengekstrak informasi yang relevan, mengidentifikasi pola atau tren, serta mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang diwakili oleh data tersebut. Teknik analisis data penelitian kuantitatif ini menggunakan bantuan Exsel.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Bina Bangsa yang mengkonsumsi air galon merek aqua. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan sampel penelitian kepada seluruh mahasiswa prodi akuntansi UNIBA. Peneliti menggunakan strategi sampel acak untuk mengidentifikasi teknik pengambilan sampel yaitu dengan menyebarkan link kuesioner ke 163 mahasiswa prodi akuntansi yang mengkonsumsi air galon merek aqua.

ISTRUMEN PENELITIAN

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Bina Bangsa jurusan Akuntansi semester ganjil.

Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis dan disajikan secara keseluruhan sesuai dengan etika penelitian, dimana data akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan hanya untuk kepentingan penelitian ini.

Adapun keterangan pada kolom jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut :

1. Sangat Setuju : Nilai 4
2. Setuju : Nilai 3
3. Tidak Setuju : Nilai 2
4. Sangat Tidak Setuju : Nilai 1

Adapun pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner sebagai berikut:

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Apakah anda mengkonsumsi air aqua galon sebagai kebutuhan mineral sehari-hari?				
2.	Merek aqua galon adalah pilohan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan mineral setiap orang.				
3.	Merek aqua galon adalah air mineral yang hadir di Indonesia.				
4.	Jika anda pengguna aqua galon, apakah anda akan loyal terhadap satu merek tersebut?				
5.	Aqua galon adalah merek air minum galon yang sangat terkenal dan dipercaya oleh banyak orang di Indonesia.				
6.	Aqua galon adalah merek air minum galon yang menyediakan air minum yang berkualitas tinggi dan segar setiap harinya.				
7.	Jika anda mencari air minumgalon yang aman dan berkualitas, merek aqua galon adalah pilihan yang tepat.				
8	Aqua galon mengutamakan kebersihan dan kualitas air , sehingga menjadi merek terpercaya yang sering dipilih oleh konsumen.				

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Peneliti mengambil data responden ini dari kuesioner yang di bagikan secara online melalui google form kepada mahasiswa Universitas Bina Bangsa jurusan akuntansi. Dan dari koesioner penelitian ini memperoleh responden sebanyak 135 responden.

Tabel 1. Berdasarkan Usia

Kategori	Jumlah	Presentase
17-22	107	79,2%
23-28	26	19,3%
29-34	-	-
35-40	2	1,5%

Tabel di atas adalah tabel usia. Pada tabel di atas dapat kita lihat bahwa responden yang berusia 17-22 tahun berjumlah 107 orang dengan presentase 79,2%. Dan responden yang berusia 23-28 tahun berjumlah 26 orang dengan presentase 19,3%. Dan responden yang berusia 29-34 tahun kosong atau tidak ada. Sedangkan untuk responden yang berusia 35-40 tahun berjumlah 2 orang dengan presentase 1,5 %. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 17-22 tahun lebih banyak mengkonsumsi air aqua merek aqua galon.

Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan angket kuesioner yang digunakan dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden.

Data dinyatakan valid apabila nilai R hitung lebih besar dari R tabel ($R_{Hitung} > R_{Tabel}$) atau Nilai Signifikansi kurang dari 0.05 ($nilai\ sig < 0.05$)

Tabel 2. Analisis Uji validitas

RESPONDEN	VARIABEL X								TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	
1	4	4	3	3	4	3	4	4	29
2	3	3	4	2	4	4	3	3	26
3	2	3	3	2	3	3	3	3	22
4	4	4	3	4	3	4	3	4	29
5	3	3	3	3	4	4	4	4	28
6	4	3	3	2	3	2	2	3	22
7	1	1	1	1	1	1	1	1	8
8	4	3	3	3	3	3	3	3	25
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	3	3	3	3	3	3	3	3	24
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	4	3	3	2	3	3	3	3	24
13	3	3	3	3	2	3	3	3	23
14	3	2	2	2	3	2	2	2	18
15	3	3	3	2	3	3	2	3	22
16	2	2	3	2	3	2	2	2	18
17	3	3	3	2	3	3	2	3	22
18	2	2	3	2	2	3	3	3	20
19	4	4	3	3	2	3	3	3	25
20	2	2	3	3	3	3	2	2	20
21	4	4	4	2	3	3	4	3	27
22	2	2	3	2	3	2	2	2	18
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	1	1	1	1	1	1	1	1	8
26	3	3	3	3	4	4	4	4	28
27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
28	2	2	2	2	2	2	2	2	16
29	4	4	4	3	2	3	3	3	26
30	2	2	3	2	3	3	3	3	21
31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
32	3	3	3	2	2	3	3	2	21

ANALISIS EVALUASI MEREK AQUA GALON

33	3	3	3	3	3	3	3	3	24
34	3	3	3	2	3	3	2	2	21
35	4	4	4	4	3	4	4	4	31
36	4	3	3	3	3	3	3	3	25
37	3	3	3	3	3	3	3	3	24
38	4	4	4	4	4	4	4	3	31
39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
40	3	3	3	3	4	3	3	3	25
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	2	3	2	2	4	4	3	3	23
43	3	3	3	2	3	3	3	3	23
44	4	3	3	3	4	4	4	3	28
45	4	3	3	3	3	3	2	3	24
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	3	3	3	3	4	3	3	3	25
48	3	3	3	2	3	3	3	3	23
49	2	3	4	3	4	3	3	3	25
50	3	3	3	2	3	3	3	3	23
51	2	3	4	3	4	2	3	3	24
52	3	3	4	3	4	4	4	4	29
53	3	2	2	3	3	3	3	3	22
54	1	1	2	1	3	3	2	2	15
55	2	2	2	4	3	3	2	3	21
56	3	2	4	3	3	3	3	3	24
57	2	3	3	2	4	3	3	3	23
58	4	4	3	3	3	4	3	3	27
59	3	3	3	3	3	3	3	3	24
60	3	3	3	3	3	3	3	3	24
61	3	2	4	2	3	3	3	4	24
62	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63	1	3	3	2	4	3	2	3	21
64	4	3	3	3	3	3	3	3	25
65	3	2	3	2	3	2	2	3	20
66	4	4	3	3	4	4	4	4	30
67	2	3	4	2	4	3	2	3	23
68	4	3	2	3	3	2	2	2	21
69	3	3	3	2	2	3	3	3	22
70	3	3	3	3	4	4	3	3	26
71	3	3	3	2	3	4	3	3	24
72	3	3	3	3	4	3	3	3	25
73	3	3	3	3	3	3	3	3	24
74	3	3	3	3	3	3	3	3	24
75	4	4	3	3	3	4	3	4	28
76	4	4	4	2	4	4	4	4	30
77	3	3	3	3	3	3	3	3	24
78	3	3	3	2	3	3	3	3	23
79	3	3	3	3	3	3	3	3	24
80	2	2	2	3	2	2	2	2	17
81	3	3	2	3	3	3	3	3	23
82	4	3	2	3	4	4	4	4	28
83	3	3	3	3	3	2	2	3	22
84	4	4	4	3	3	3	3	4	28
85	3	3	3	3	3	3	3	3	24
86	4	4	4	4	4	3	3	3	29
87	2	2	3	3	3	3	3	2	21
88	3	3	4	3	4	4	3	4	28
89	2	2	2	2	3	2	2	2	17
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	3	3	3	3	3	3	3	3	24
92	3	3	2	3	3	3	3	3	23
93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94	4	4	4	4	3	3	3	3	28
95	3	2	3	3	3	3	2	3	22
96	3	3	3	2	3	4	3	3	24
97	4	3	3	2	3	3	3	3	24
98	3	3	3	2	3	3	3	3	23
99	1	1	1	1	1	1	1	1	8
100	2	3	3	3	3	3	3	3	23
101	3	3	2	3	3	2	3	3	22
102	1	1	3	1	1	2	2	2	13
103	1	2	2	2	3	3	2	3	18

104	3	3	3	3	3	3	3	3	24
105	3	3	3	3	3	3	3	2	23
106	4	4	4	3	3	3	3	3	27
107	4	3	3	3	3	4	4	4	28
108	3	3	3	3	3	4	3	3	25
109	3	3	3	3	3	3	3	3	24
110	4	4	4	4	3	3	3	3	28
111	4	4	4	4	3	3	3	3	28
112	3	3	3	3	4	4	4	4	28
113	4	4	4	3	3	3	3	3	27
114	4	4	4	4	3	4	4	4	31
115	3	4	3	3	3	3	3	3	25
116	3	3	3	3	4	3	3	3	25
117	3	3	3	3	3	4	3	4	26
118	3	3	4	3	3	3	3	4	26
119	3	3	3	3	4	3	3	3	25
120	3	3	3	3	3	3	3	3	24
121	3	3	3	3	3	3	3	3	24
122	3	3	3	4	4	4	4	4	29
123	2	2	3	2	4	3	2	3	21
124	2	2	2	2	2	2	2	2	16
125	4	3	2	3	3	3	3	3	24
126	4	4	4	4	3	3	3	3	28
127	3	3	3	3	3	3	3	3	24
128	4	3	3	3	3	3	3	3	25
129	4	4	4	3	4	4	4	4	31
130	3	3	3	3	3	3	3	3	24
131	3	3	3	3	3	3	3	3	24
132	4	3	4	3	3	3	3	3	26
133	4	4	3	3	3	3	3	3	26
134	3	3	3	3	3	3	3	3	24
135	4	3	2	1	3	3	3	3	22
136	3	3	3	4	3	3	3	3	25
R. HITUNG	0.771158	0.856424	0.715409	0.710177	0.66421	0.80041	0.854051	0.845734	
R TABEL	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	
KETERANGAN	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	

JUMLAH VARIAN 3.485185185

VARIAN TOTAL 16.67429194

Sumber: Data Hasil Olah Output Excel

Maka data diatas sudah tervalidasi karena nilai R hitung yang didapat lebih besar dari nilai R tabel.

UJI RELIABILITAS

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi angket kuesioner yang digunakan, sehingga angket kuesioner tersebut dapat diandalkan meskipun penelitian dilakukan berulang kali menggunakan angket kuesioner yang sama dengan waktu yang berbeda.

Data dinyatakan reliabel apabila Nilai cronbach alpha lebih besar dari 0.70 (Cronbach alpha > 0.70)

Tabel 3. Analisis Uji Reliabilitas

KRITERIA PENGUJIAN RELIABILITAS		
NILAI YANG DITETAPKAN	NILAI CRONBACH ALPHA	KESIMPULAN
0.70	0.903982305	reliabel

DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN
Jika nilai cronbach alpha > 0.70 maka berkesimpulan reliabel
jika nilai cronbach alpha < 0.70 maka berkesimpulan tidak reliabel

Sumber: Data Hasil Olah Output Excel

Rumus Uji Reliabilitas:

$$=(n/n-1*(1-jumlah.varians/totalvarians))$$

$$=(8/7*(1-3.485185185/16.67429194)) = 0.903982305$$

Maka dapat disimpulkan bahwa uji asumsi reliabilitas cronbach alpha terpenuhi karena nilai cronbach alpha yang didapat lebih besar dari 0.70

Uji Deskriptif

Pengujian dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang data yang digunakan dalam penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, modus dan median.

Tabel 4. Analisis pengujian deskriptif

NO	Pertanyaan	JAWABAN				SKOR	NILAI	
		setuju	sangat setuju	tidak setuju	sangat tidak setuju			
1	Pertanyaan 1	78	38	18	7	141	97.2	
2	Pertanyaan 2	86	25	19	5	135	93.1	
3	Pertanyaan 3	89	29	18	3	139	95.8	
4	Pertanyaan 4	82	13	36	6	137	94.4	
5	Pertanyaan 5	90	33	4	4	131	90.3	
6	Pertanyaan 6	92	26	14	3	135	93.1	
7	Pertanyaan 7	90	16	26	3	135	93.1	
8	Pertanyaan 8	99	27	16	3	145	97.3	
						rata-rata	137.25	94.2875
						Min	131	90.3
						Max	145	97.3
						STD	4.054319	2.235754
						VAR	18.78571	5.712679
						MODUS	135	93.1
						MEDIAN	136	93.75

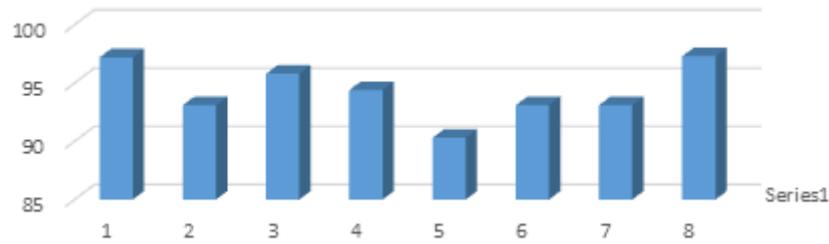


Diagram 1. Uji Deskriptif

PEMBAHASAN

Pemilihan air mineral Aqua adalah merek yang paling familiar dalam pasar. Aqua adalah merek air minum dalam kemasan (AMDK) yang diproduksi PT. Aqua Golden Mississippi Tbk. di Indonesia yang diolah dari sumber mata air murni pegunungan dengan kandungan mineral yang sangat terpelihara dengan teknologi filtrasi canggih dengan ke higienisan yang sangat terjaga kemurnian alaminya.

Kualitas yang baik yang sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen dapat membawa dampak yang baik pula bagi perusahaan tersebut, yakni konsumen akan membeli dan loyal terhadap produk perusahaan tersebut (Mutiara Priskilla Todar, 2020).

Keunggulan produk dipandang dari sisi fungsional maupun dari sisi harga dalam usahanya untuk pemenuhan harapan pelanggan didukung oleh atribut-atribut fisik yang melekat pada produk. Dilihat dari segi kualitas produk, kualitas mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya.

hasil penelitian diatas dapat kita lihat dari 136 responden, bahwa responden yang berusia 17-22 tahun berjumlah 107 orang dengan presentase 79,2%. Dan responden yang berusia 23-28 tahun berjumlah 26 orang dengan presentase 19,3%. Dan responden yang berusia 29-34 tahun kosong atau tidak ada. Sedangkan untuk responden yang berusia 35-40 tahun berjumlah 2 orang dengan presentase 1,5 %. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 17-22 tahun lebih banyak mengkonsumsi air aqua merek aqua galon, dan itu artinya merek Aqua Galon masih banyak diminati oleh masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan air mineral bermerek Aqua Galon dikalangan Mahasiswa Uniba Prodi Akuntansi, dan sebagaimana hasil penelitian diatas dapat kita lihat bahwa responden yang berusia 17-22 tahun berjumlah 107 orang dengan presentase 79,2%. Dan responden yang berusia 23-28 tahun berjumlah 26

orang dengan presentase 19,3%. Dan responden yang berusia 29-34 tahun kosong atau tidak ada. Sedangkan untuk responden yang berusia 35-40 tahun berjumlah 2 orang dengan presentase 1,5 %. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 17-22 tahun lebih banyak mengkonsumsi air aqua merek aqua galon.

Penulis menyarankan agar responden ataupun masyarakat, senantiasa mengonsumsi lebih banyak air mineral dalam setiap hari. Karena semakin sedikit air mineral yang kita konsumsi, maka akan berdampak pula bagi kesehatan tubuh. Serta, dalam penggunaan air mineral, hendaknya responden dapat memilih dan menganalisis lebih pintar lagi untuk memutuskan air mineral manakah yang akan dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, A. H., & Destari, R. A. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Memilih Air Yang Layak Minum Dalam Kemasan Galon Dengan Metode ANP. *IT (INFORMATIC TECHNIQUE) JOURNAL*, 6(2), 174-183.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian AMDK merek aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1).
- Todar, M. P., Tumbel, A. L., & Jorie, R. J. (2020). Pengaruh Persepsi Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Galon Merek AQUA. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3).