

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019, July). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth. dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffe.
- Andrian, I. C. (2022). *Perilaku Konsumen*. (I. Risman, Penyunt.) Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Arianty, N., Andriany, D., & Jasin, H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publisng.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *PENGANTAR MANAJEMEN PEMASARAN*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Award, T. B. (2022). *Teh Dalam Kemasan Siap Minum*. Diambil kembali dari Top Brand Award: www.topbrand-award.com
- Bancin, & Budiman, J. (2021). *Citra merek dan Word Of Mounth*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.
- DP, A. Y. (2019, Oktober 09). *Industri Mamin : Bisnis Teh dalam Kemasan Makin Moncer*. Diambil kembali dari Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191009/12/1157159/industri-mamin-bisnis-teh-dalam-kemasan-makin-moncer>
- Dwiyanto, A. (2018, Januari 17). *Pasar Minuman Siap Saji Semakin Manis*. Dipetik Januari 20, 2023, dari Kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-minuman-teh-siap-saji-semakin-manis>
- Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN (DASAR DAN KONSEP)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, VIII ed*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., et al. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung, Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Khabibi, N., & Suprihadi, H. (2020, Desember). Pengaruh Kemasan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Santri. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Melati, D. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Mustar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Mustari, D. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gowa: Pustaka Taman Ilmu.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nurmawati, I. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: WIDYA GAMA PRESS.

- Prawiro, M. (2018, 08 28). *Pengertian Harga: Fungsi, Tujuan, Jenis-Jenis Harga*. Dipetik 2023, dari maxmanroe.com: <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-harga.html>
- Puspita, Y. D., Pangestu, J. D., Dwi, G., Kurniawati, R., Setyorini, D., & Nur, E. (2021). *Riset dan Populer Pemasaran Jilid2*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Sakti Riana, S. &. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 184.
- Setiadi, N. J. (2019). *PERILAKU KONSUMEN Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP.
- Setiawati, M., & Lumbantobing, R. (2017, Januari). Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. *Jurnal Bisnis Manajemen*.
- Sianturi, H. P., Lubis, T. W., & Ginting, S. O. (2021, April). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk Pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 11.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. (F. Sigit, Penyunt.) Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research & Development)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surahman, S. S. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta Timur: CV Transinfo Media.
- Suyonto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Trihastuti, & Endang, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Plus*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Utami, I. W. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. CV PUSTAKA BENGKAWAN.
- Wanawir, S., Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Dalam M. Suardi (Penyunt.). Penerbit Samudra Biru.
- Wantara, P., Irawati, S. A., Werdi, W. S., & Purwanto, H. (2022). *Manajemen Pemasaran Garam*. Malang: Media Nusa Creative.
- Widi, R. K. (2018). *Menggelorakan Penelitian, Pengenalan dan Penentu Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Wowor Cristian A.S, L. B. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado .
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021, Juli 3). Pengaruh Citra Merek, Haga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9, 105.
- Wuloyo, & Lukman. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Malang: Madza Media.