

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, R. S. (2023). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision of Cimory Yogurt Drink: A Case in the Special Region of Yogyakarta*.
- Achmad Hadi Dachlani, & Ugy Soebiantoro. (2023). *The Influence of Product Quality, Perceived Price, and Brand Image on Purchasing Decisions of Nescafe Instant Coffee Powder in Surabaya*. *International Journal of Economics (IJE)*, 2(2), 340–348.
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Ariamanda & Wardhani. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro di Regional Surabaya Timur. Volume 08, No 02 Agustus 2022.
- Arianty, Nel (2016). *Manajemen Pemasaran*, Medan : Perdana Publishing
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arrofu, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promos Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Canoe Coffe and Bistro*, Budiyanito Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Assauari, Sofjan, (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, konsep dan Strategi*, edisi ke lima belas. Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada.
- Assauri, S., (2015). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S., (2018). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Teh Indonesia*.
- Data indonesia.id (2022). Berapa Konsumsi Teh Per Kapita di Indonesia. [Artikel Data]. <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-teh-per-kapita-di-indonesia>. [8 november].

- Dwi Erianto. (2023). Komoditas Teh: Sejarah, Jenis, Manfaat, Produsen Dunia, Produksi, dan Ekspor Indonesia. [Artikel Data]. Tersedia: <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/komoditas-teh-sejarah-> [7 februari].
- Feigenbaum. (2000). Kendali Mutu Terpadu. Edisi Ketiga, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ferdinand, Augusty. (2014). Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi *Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, et. al. (2022). *The influence of promotion, product image, and product quality on repurchasing decisions of Chatime products (Case study on Chatime consumers in South Tangerang City)*. *Priviet Social Sciences Journal*, 2(4), 25–30.
- Iqbal, M. I., & Artanti, Y. (2023). *The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions of NU Green Tea*. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10 (12), 64.
- Islahuben, et. al. (2023.). *The Influence of Product Quality, Promotion and Price on Purchasing Decisions*.
- Julyanti, et. al. (2023). *Influence of Product Quality, Price and Advertising on The Decision to Buy Ichi Ocha Tea*. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6).
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip *Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid, Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2015), “*Marketing an Introducing Pretiece Hall*

twelfth edition”, England : Pearson Education, Inc

- Kotler, Philip & Gary Armstrong, (2014). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid, Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2012). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 13, Jilid.1 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, & Keller. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. (2017). *Marketing 4.0, Moving Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Leonandri, D. G., Harahap, Z., & Fitriana, R. (2021). Silaberanti, Seberang Ulu I, Palembang City, South Sumatra 30267 3 *Hospitality*, Sahid Polytechnic. Jalan Sapta Pesona Jl. Silaberanti, 11(2).
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab di di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. Juni, 4 (2), 375–386.
- Moh. Nazir. (2011). Metode Penelitian. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- PT. Sinar Sosro. (2024). Sinar Sosro a Rekso Company. [Website Resmi Perusahaan]. <https://sinarsosro.id>. [9 november].
- Puri Rahastine. (2018). Analisa Makna Desain Kemasan Pada Produk Teh Di Indonesia. Jurnal Komunikasi, 9(1), 72–78.
- Putri & Fourqoniah. (2023). Pengaruh Promosi, Shopping Emotion dan Pembelian Impulsif Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* NCT.
- Rachmad, Y., et. al. (2022.). Manajemen Pemasaran, Penerbit Cv . Eureka Media

Aksara.

- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rohdiana, D. (2015). Teh: Proses, Karakteristik dan Komponen Fungsionalnya. *Foodreview Indonesia*. 10 (8): 34-37.
- Rohwiyati, R., & Danarwati, Y. S. 2022. *The Effect of Product Quality and Brand Image On Purchase Decisions at PT Bangun Maju Lestari, Jaten District, Karanganyar Regency In 2022*. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Mutiara Madani*. 10(1): 83-96.
- Satriadi, et. al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. (1st ed.). Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. (2018). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Segoro, M., & Amalia Nugraha, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Teh Botol Sosro. *Jurnal, Ekonomi dan Manajemen*, 1 (1), 7 – 18.
- Sheila Safitri, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distributor Teh Botol Sosro Wilayah Tangerang Selatan (Vol. 1, Issue 1).
- Sri Danarwati, Y. (2022). *The Effect of Product Quality and Brand Image On Purchase Decisions at PT Bangun Maju Lestari, Jaten District, Karanganyar Regency In 2022*. In *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Mutiara Madani* (Vol. 10, Issue 1).
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, CV: Bandung
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung:

- Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2003). Metode penelitian administrasi. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunoyo, Danang. (2016). Metode Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy. (2019). "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2018). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI. Tjiptono,
- Tjiptono, Fandy (2016). Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi:Jakarta
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008) .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono Fandy, (2001). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset.Yogyakarta
- Top Brand Award*, (2024). Teh dalam kemasan siap minum, <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>. [9 november].
- Wibawa, M. A., & Sayang Telagawathi, N. L. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Pada Konsumen di Kecamatan Sukasada. Bisma: Jurnal Manajemen, 8 (2).
- Winosa, Yosi. (2018). “Berebut Manisnya Industri Minuman Teh dalam Kemasan”. Tersedia pada : (<https://wartaekonomi.co.id>). (2 januari).
- Winoto Tj. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1566.
- Yustina, et. al. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro.