

## DAFTAR PUSTAKA

- Albari dan Indah Safitri. (2018). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. *Review Integrative Business and Economics Research*, 7(2): 328-337.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Andri, Y. (2019). *Industri Mamin: Bisnis Teh dalam Kemasan Makin Moncer*. Diperoleh dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191009/12/1157159/industri-mamin-bisnis-teh-dalam-kemasan-makin-moncer>
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*, 3(6), 261-272.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran, Edisi Pertama*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bisnis.com. (2019). *Pepsi Henggang, Minuman Teh Kemasan Malah Tumbuh Pesat*. Diperoleh dari <https://bisnis.tempo.co/read/1257622/pepsi-henggang-minuman-teh-kemasan-malah-tumbuh-pesat>
- Dana, T. G. P., & Pramudana, K. A. S. The Role of Brand Image in Mediating The Influence of Product Quality on Re-Purchase Intentions Pocari Sweat Isotonic Beverages.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulliando, Diego. 2019. The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9): 419-425.
- Handayani, I. (2019). *Alasan Teh Kemasan Banyak Disukai Masyarakat*. Diperoleh dari <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/555298/alasan-teh-kemasan-banyak-disukai-masyarakat>

- Hanif, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa UN PGRI Kediri (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UN PGRI Kediri). *Simki-Economic* (Vol. 02, Issue 03). Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia.
- Hanum, N. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan (Teh Pucuk Harum).
- Hidayat, D. R., & Lutfie, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada CV Madu Apiari Mutiara Di Kota Depok Pada Tahun 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(1), 37–44. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/11507>
- Hidayat, F. (2018). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK TEH PUCUK HARUM* [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/20096>
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro Di Giant Mall Permata Tangerang). *Jurnal SWOT*, 7(3), 523–541. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/swot/article/view/5586/2532>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi, Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Jamilah, A. (2020). *3 Produk Minuman Kemasan Paling Populer di Indonesia*. Diperoleh dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/02/ultramilk-susu-cair-dalam-kemasan-pilihan-orang-indonesia>
- Komari, A., Indrasari, L. D., Tripariyanto, A. Y., & Rahayuningsih, S. (2020, July). Analysis of SWOT Marketing Strategies and 7P Influence on Purchasing Decision. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1569, No. 3, p. 032002). IOP Publishing.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Principle of Marketing, 16th edition*. Pearson Education Ltd.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Edisi 15*. Pearson Education Ltd.

- Kusnandar, V. B. (2021). *Jumlah Penduduk Kota Bandung Sebanyak 2,44 juta Jiwa pada 2020*. Diperoleh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/01/jumlah-penduduk-kota-bandung-sebanyak-244-juta-jiwa-pada-2020>
- Leonandri, D. G., Harahap, Z., & Fitriana, R. (2021). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decision for Brown Sugar Boba Fresh Milk. *Enrichment: Journal of Management*, 11(2), 338-344.
- Levrini, Gabriel R. D. dan Mirela Jeffman dos Santos. (2021). The Influence of Price on Purchase Intentions: Comparative Study between Cognitive, Sensory, and Neurophysiological Experiments. *Behav Sci (Basel)*, 11(2).
- Mariana, A. R., Widiana, M. E., & Istanti, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Cincou Station Ciputra World Surabaya. *Benchmark*, 2(1), 1-10.
- Mayoraindah.co.id. (2018). *Visi & Misi Perusahaan*. Diperoleh dari <https://www.mayoraindah.co.id/content/Visi-Misi-Perusahaan-35>
- Miharja, K. (2021). Pengaruh Harga, Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bubble di Cilodong. *Jurnal Akrab Juara*, 6(1), 233-244.
- Munawaroh, F. K., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Cafe Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Wijsoen Coffee Container Ponorogo (Studi Konsumen di Wijsoen Coffee Container). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & Bharata, W. (2021). Pengaruh Wom (Word Of Mouth), Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 61-72.
- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2016). *Perilaku Konsumen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Sari, M. H. W., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk “Luwak White Koffie”(Studi Pada Mahasiswa Universitas Sunan Bonang Tuban). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1).
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Subagja, M. R., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Adidas di Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 351–358. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11651>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tari, P. S. (2021). Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba (Studi Kasus Pada “Yourboba” Dikecamatan Empang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 63-73.
- Tarigan, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola Pada PT Coca Cola Amatil Indonesia Cabang Medan. *JURNAL GLOBAL MANAJEMEN*, 9(2), 127-143.
- Tempo.co. (2016). *Teh Pucuk Harum Hanya 5 Tahun Kuasai Pasar, Ini Strateginya*. Diperoleh dari <https://bisnis.tempo.co/read/827752/teh-pucuk-harum-hanya-5-tahun-kuasai-pasar-ini-strateginya>
- Tjahjaningsih, E., & Soliha, E. (2015). *Manajemen Pemasaran: Tinjauan Teoretis Serta Riset Pemasaran*.
- Topbrand-award.com. (2021). *BRAND TBI 2021 Teh Pucuk Harum 36.8% TOP Teh Botol Sosro 18.6% TOP Teh Gelas 12.5% TOP Frestea 11.8% Ultra Teh Kotak 4.2%*. Diperoleh dari <https://www.topbrand-award.com/en/2021/02/teh-dalam-kemasan-siap-minum-fase-1-2021/>

- Ulfah, I., Sumarwan, U., & Nurrochmat, D. R. (2016). Marketing mix factors that influence the desire to purchase fruit beverages in the City of Bogor. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 2(1), 33-33.
- Wijaya, I. P. S., & Giantari, I. G. A. K. (2018). Analisis Elemen Elemen Brand Equity Pada Produk Minuman Teh Dalam Kemasan di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1339–1367.  
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p08>