

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia Ulva, N. Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Ilmu Manajemen*, 1(2), 472–485.
- Andriansyah, Y., Arifin, R., & S., A. R. (2016). Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek. *Jurnal Riset Manajemen*, 98–112.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran dasar, konsep dan strategi*. Rajawali Pers.
- Creswell, J. (2016). *Research Design (4th ed.)*. Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Firdausi, A. N., & Khasanah, I. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–11. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 367–377.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Dilengkapi dengan Software Smart PLS 3.0, Xlstat 2014 dan WarpPLS 4.0 (4th ed)*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, N. (2017). *Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan (Teh Pucuk Harum)*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. PT. Buku Kita.
- Husein, U., (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2019). *Produsen teh dan Produknya*. Diakse pada 20 Maret 2020, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/21499/Menggairahkan-Kembali-Industri-Teh-Nasional>

- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed. jilid 1). Erlangga.
- Lembang, R. D. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek The Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 69.
- Limakrisna, N., Purba, & Parulian, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (2nd ed). Mitra Wacana.
- Nurmasari, D. P., (2013). Analisis Pengaruh Buaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9). 1689-1699.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo: Yogyakarta.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. ANDI.
- Santoso, B. (2017). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Semarang*.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi Offset.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendikia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. ALFABETA.
- Sulistiani, S. (2016). *Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas pelanggan*. <http://eprints.unpam.ac.id/id/eprint/6448>
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (1st Ed.). Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Erlangga
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Andi Offset.
- Top Brand Award*. (2019). *Top Brand Indeks Kategori Teh dalam Kemasan Siap Minum*. Diakses pada 25 Maret 2020 dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=teh%20botol%20sosro

- Venia Afrilia Sari, D. S. S. (2017). The Influence Of Price, Product Quality And Brand Image Onpurchase Decision The Botol Sosro At Undergraduate The main needs such as food and beverages are necessities that must be met. In this fast-paced era, humans need everything easy and practical,. *Diponegoro University Journal of Social n Publik, Business Administration 2017*, 1-12.
- Yulasmı. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan. *Majalah Ilmiah UPI YPTK, ISSN : 1412-5854, 22(1)*, 34–41.
- Yulianda, S., & Handayani, T. (2015). The Effect of Two Aspects-Quality Products and Consumers Psychology - Toward the Purchase Decisions of Samsung Mobile Phone. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 6(5)*, 203–208. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s5p203>