

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Deebhijarn, S. (2016). 'The Marketing Mix Strategy Model to Influencing the Decision to Purchase Ready-to-Drink (RTD) Green Teas among University Students in Bangkok Metropolitan Region, Thailand', *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research IJSBAR* ISSN 2307-4531 Volume 29, No 1, page. 90-103.
- Effendi, U. (2015). *Asas Manajemen*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Feriyanto, A. & Triana, E. (2015). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Media Tera.
- Ghozali, I (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square dilengkapi software smart PLS 3.0.Xlstat 2014 dan WarpPLS 4.0 edisi 4*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Grafik Penjualan Yakult (2002-2013). Diakses 17 Januari 2018, dari <http://www.yakult.co.id>
- Kiumarsi, dkk. (2014). 'Marketing strategies to improve the sales of bakery products of small-medium enterprise (SMEs) in Malaysia', *International Food Research Journal*, page. 2101-2107.
- Mursid, M (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Octaviani, dkk. (2014). 'Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jus Buah Segar Bandar Lampung', *JIIA*, Volume 2 No. 2, hlm. 113-141.
- Ong, I. & Sugiharto, S. (2013). 'Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Cincau di Station Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 2, hlm. 1-11.

- Pertiwi, dkk. (2016). '*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang)*', Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 37 No.1, hlm. 179-186.
- Prasetya, I. & Widyawati, N. (2016). '*Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G*', Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 5, Nomor 7 ISSN : 2461-0593, hlm. 1-15.
- Pratama, Y. & Soedjono. (2015). '*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Teh Rolas PT. Rolas Nusantara Mandiri*', Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 3.
- Putra, dkk. (2013) '*Pengaruh Variabel Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Cuka Apel Tahesta (Studi Kasus di PT. Tirta Sarana Sukses Padaan)*', Jurnal Industria Vol 2 No 2, hlm. 119 – 129.
- Quansah, dkk. (2015). '*Factors Affecting Ghanaian Consumers Purchasing Decision of Bottled Water*', *International Journal of Marketing Studies* Vol. 7, No.5 ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203 Published by Canadian Center of Science and Education, page. 76-87.
- Ramli, R. (2017). '*Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan*', Vol. 6, No.1 Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akmenbis) Akademi Akuntansi Permata Harapan.
- Riyono & Budiharja, G. (2016). '*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua*', Jurnal STIE Semarang Vol 8, No 2 ISSN : 2252-826, hlm. 92-121.
- Santoso, S. & Mual, H. (2013). '*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan beli Minuman Karbonasi Big Cola*', JRMB Volume 8, No.1 Juni 2013, hlm. 61-70.
- Sarjono, H. & Julianita, W. (2013). *SPSS Vs Lisrel Sebuah Pengantar Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono, H. & Julianita, W. (2011). *SPSS Vs Lisrel Sebuah Pengantar Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI

Top Brand Award (2016). Diakses 23 Januari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2.

Top Brand Award (2017). Diakses 23 Januari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2.

Wahyudi, S. (2012). *Entrepneurial Branding and Selling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Walangitan, dkk. (2017). 'Analysis of Marketing Mix's Factors on Purchasing Decision of UHT (Ultra High Temperature) Milk in Hypermart Manado Town Square City of Manado, North Sulawesi Province-Indonesia', *IOSR Journal of Business and Management IOSR-JBM* e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668, Volume 19, Issue 8. Ver. I, page. 64-70.

