

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Almenberg, J., & Dreber, A. (2009). When Does the Price Affect the Taste? Results from a Wine Experiment. *SSE/EFI Working Paper Series in Economics and Finance*, 1-16.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Budiansyah, B. (2019). *Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bekasi Timur*. Bekasi: Universitas Pelita Bangsa.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Drummond, K. &. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals*. New Jersey: John Wiley & Sons. Inc.
- Fitriani, R. S., & Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management Volume 04 Nomor 02*, 1-9.
- Fitriano, A. (2019). *PENGARUH MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SOSRO PADA PT MEDAN SUMBER ALAM SEMESTA MEDAN*. Medan: Universitas Prima Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, E. P. (2018). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pembelian Teh botol sosro (studi)*. Medan: Universitas Nommensen.
- Haqqi, H. (2019). *Pengaruh Harga, Lokasi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jambu Sari Deli Indah di Deli Tua*. Medan: Skripsi Universitas Negeri Medan.
- <https://iprice.co.id>. (t.thn.).
- <https://sites.google.com/site/fajriekaeo/pt-sinar-sosro#>. (t.thn.).
- <https://www.cocacola.co.id/produk/fretea/fretea-minuman-teh-original>. (t.thn.).
- <https://www.tehpucukharum.com/infographic/ini-lho-proses-pucuk-daun-teh-terbaik-menjadi-teh-pucuk-harum>. (t.thn.).
- <https://www.topbrand-award.com/>. (t.thn.).
- Hustic, I., & Gregurec, I. (2015). The Influence of Price On Customer's Purchase Decision. *Central European Conference on Information and Intelligent Systems*, 23-25.

- Idris, A., Kusasi, F., & Iranita. (2019). Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, Perceived Value dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Tanjung Sebauk. *Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji*.
- Idris, F. (2014). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU DI TOKO FAJAR SPORT KECAMATAN PEDURUNGAN KOTA SEMARANG*. Semarang: UNIVERSITAS DIPONEGORO .
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunarti. (April 2018). PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 57 No 1*, 180-187.
- Kotler Philip & Keller Armstrong. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler Philip, & Armstrong, Gary. (2011). *10th Edition "Marketing and Introduction"*. Indonesia: Perason.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kresnawati, E. A. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO PADA SWALAYAN MITRA KAUMAN SUMOROTO PONOROGO* . Ponorogo: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO .
- Laksana, F. (2008). *MANAJEMEN PEMASARAN; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Layla, A. A. (2016). *Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Tokopedia.com di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan*. Medan: Skripsi. Universitas Negeri Medan.
- Lubis. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Nazmudin, Y. (2019). *PENGARUH CITARASA DAN LOKASI TERHADAP MINAT KONSUMEN KUE BALOK BABAKAN (Studi di Home Industri Kue Balok Babakan Cikedal)* . Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Nitisusastro, H. M. (2013). *PERILAKU KONSUMEN Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Njoto, T. K. (2016). PENGARUH DESAIN KEMASAN, CITA RASA, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BUMI ANUGERAH . *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 1 No.4*, 455 - 463.

- Prasetyo, A. Y., DH, A. F., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015, 2015/2016, Dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Dan Menggunakan Sepatu Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.61 No.*, 207-214.
- Pratiwi, & Marpaung, H. (2020). PENGARUH CITA RASA, MEDIA SOSIAL DAN LAYANAN ANTAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUBUK KOPI OLAHAN SAHATA DESA BINJAI BARU KABUPATEN BATU BARA . *Manajemen, Ekonomi Sains Vol. 1 No.2*.
- Sangadji, E. M., & Sophia. (2013). *PERILAKU KONSUMEN Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Saputra, E. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi pada konsumen teh botol sosro di minimarket Mina 1 Surabaya)*. Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Saputra, V., Mulyanti, A., & Andayani, S. (2015). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Ice Cream Zangrandi Surabay). *Dinamika Administrasi Bisnis Volume 01 Nomor 02*.
- Sari, V. A. (2017). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH SIAP MINUM DALAM KEMASAN TEH BOTOL SOSRO (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang) . *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration*.
- Sitorus, M. S. (2019). *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan*. Medan: Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV.Afabeta.
- Suharsaputra, U. (2013). *Metode Penelitian: Kuantitatif,Kualitatif dan Tindakan*. Refika Aditama.
- Suparyanto, R., & ROSAD. (2015). *MANAJEMEN PEMASARAN Dilengkapi 45 Judul Penelitian dan Kasus Sehari-hari di Indonesia*. Bogor: IN MEDIA.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial, Edisi Ketiga*. Jakarta: Bumi Aksara.
- VP., W. W. (2006). *Food Service in Intutions*. New York: John Wiley & Sons. Inc.

- Wahidah, N. (2010). *Komponen-komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, T. (2013). *METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yumiarti, I. I. (2019). “*PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOLSOSRO (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2018/2019)*”. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Zeithmal, V. (2006). *Service Marketing (4th ed)*. New York: Mc.Graw Hill. International Edition.

