

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Amstrong. (2016). Principle of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Fandy, Tjiptono. (2011). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Sciffman dan Kanuk. (2007). Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Drummond KE and Brefere LM. (2010). Nutrition For Foodservice and Culinary Professional's, Seventh Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- A.A Anwar Prabu Mangkunegara (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Marianne Rosner Klimchuk, & Sandra A. Krasovec. (2007). Desain Kemasan. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2014). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga.
- Fatih Imantoro, S. S. (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), 180.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. (2013). Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Fatih Imantoro, S. S. (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)*, 180.
- Adi, Juniantara dan Tjokorda, Sukawati. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 7, No. 1:5955-5982.
- A, Fatmawati Nurul., Soliha, Euis. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “HONDA”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 10* ,no 1.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta. Djiwandono. (2015). *Meneliti itu Tidak Sulit: Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Bahasa*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. Tarwendah, I. P. (2017). Studi Komparasi Atribut Sensori dan Kesadaran Merek Produk Pangan. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 5(2), 66–73.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Hair et al. (2010). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Bandung. Liberty.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Anshori, Muslich & Sri Iswati. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press (AUP).
- Amelia, Ratih. 2021. “Pengaruh Desain Kemasan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kenangan Cabang Iskandar Muda Medan.” *Jurnal Bisman Info (LPPM Politeknik Unggul LP3M Medan)* 8 (1): 99–109.
- Herawati, Heny, and Muslikah Muslikah. 2020. “Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung.” *Kinerja 2* (01): 17–35. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.794>.
- Korowa, Enos, and Sandra Asaloei. 2018. “No Title” 6 (3).
- Landeng, Rindah J G, Silvya L Mandeny, Yunita Mandagie, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sam Ratulangi, and Jl Kampus Unsrat. 2023.

“Pengaruh Cita Rasa , Persepsi Harga Dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba Sel-Sel Cheesetea Di Tumpaan The Influence of Taste , Price Perception and Customer Relationship Management on the Purchase Decision of Boba” 7 (4): 315–24.

Maimunah, Siti. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen.” *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN* 1 (2): 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>.

Noya, Sonia Beatrix, Lisbeth Mananeke, and Michael Raintung. 2020. “Pengaruh Komunikasi Mulut Ke Mulut, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baru Minuman Tea Break Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8 (2): 107–16.

Nur Fitri, Rista Yulia, Andi Besse Zalika Hanum, Nurjannah, Cici Mahmut. 2023. “Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Lokasi Terhadap Pembelian Es Teh Poci Jl. Andi Kambo Kota Palopo.” *Jurnal Mirai Management* 8 (2): 269–84.

Nurchayani, Intania Putri, and Yos Soejarminto. 2023. “Pengaruh Cita Rasa, Harga Produk Dan Promosi Penjualan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Cikarang Selatan.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5: 1090–95. <https://doi.org/10.37034/infv5i3.610>.

Ramadhina, A, and M Mugiono. 2022. “Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan ...* 01 (1): 59–67. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/21>.

Rekaman, Jurnal, Susi Marni, Lutfi Erwin Lubis, and Universitas Nagoya Indonesia. 2023. “Analisis Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Pada Beringin Coffee Batam” 7 (2): 155–63.

Resky, Dwito. 2022. “Keputusan Pembelian Minuman Gelas Ale-Ale.” *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)* 3 (1): 38–48.

Santoso, Agus. 2023. “Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botok Sosro.” *AKSIOMA: Jurnal Manajemen* 2 (2): 108–13.

Setyarko, Yugi. 2016. “Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online.” *Ekonomika Dan Manajemen, ISSN: 2252-6226* 5 (2): 128–47. Suherman, Andrew Winscott, and Charly Hongdiyanto. 2021. “Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Produk Milkmo.” *Performa* 5 (3): 233–41.
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>.

Willy, Willy, and Siti Nurjanah. 2019. “Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 8 (2): 65.
<https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1820>.

