

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D.A. (2001). Strategic market management (6thed). USA: John Wiley & Sons, INC.

Aaker, David A. 1997. Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Mitra Utama.

Aaker, David. A. 2013. Manajemen Pemasaran Strategis. Diterjemahkan oleh David Wijaya dkk. Jakarta : Salemba Empat

Agung Hidayat, Herlina Kartika Dewi (2018) Persaingan Ketat Teh Dalam Kemasan. Kontan.co.id <https://industri.kontan.co.id/news/persaingan-ketat-teh-dalam-kemasan>

Anwar Prabu Mangkunegara. 2015. Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan kedua belas. Remaja Rosdakarya:Bandung

Badan Pusat Statistik: Statistik The Indonesia (2019:3). ISSN. 1978-9912. No. Publikasi : 05130.2008. Katalog: 5504001
<https://www.bps.go.id/publication/2020/11/30/03d297c46954412b6da4ad46/statistik-teh-indonesia-2019.html>

Darmadi Duriyanto, Sugiarto, dan Tony S. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Dede Solihin (2020) Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan
Minat Beli Sebagai Variabel Intervening

Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer.
Bandung: Alfabeta

Eka Giovana Asti (2021) Keputusan Pembelian Berdasar Persepsi Kualitas
Produk dan Ekuitas Merek. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen
Bisnis. DOI:<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i01.130>

Ekky Suti Wibisono (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah
di Balongbendo

Fernando Leonardo (2019) Analisa Karakteristik Peminum Teh di Kota Bandung

Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hafid Usman (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian pada Toko Online Lazada di Cikarang Selatan

Heryanto Abaharis dan Anggi Aldwi (2020) “Pengaruh Ekuitas Merek dan
Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek
Aicos Di Padang Pariaman”

Hidayat, Bella Berlian (2020) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan
Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro di Malang

- Husniwati (2017) Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap *Buying Decision* Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)
- Irianto, Agus. 2015. Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya). Jakarta : Kencana.
- Komang Suharyani (2015). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2002). Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Prenhallindo: Jakarta.
- Kralawi Sita, S.P., M. Sc. | Dr. Dadan Rohdiana (2021) Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Teh Vol 2
- Mariana Yuni Susilawati (2016) Analisis *Brand Equity* Kecap Bango dan Kecap ABC Terhadap Keputusan Pembelian di Supermarket Kota Surakarta
- Mentari Umihani (2017) Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas HKBP NOMMENSEN Medan)

Misda Sondang Sitorus (2019) Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP NOMMENSEN MEDAN

Muhammad Zulham Rizqi (2020) Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* Pada *E-Commerc* Shopee

Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Top Brand Index (2021). Top Brand Index Teh Dalam Kemasan Siap Minum 2019-2021. https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=teh%20botol%20sosro

Vina Lutfillah, Feti Fatimah, Achmad Hasan Hafidzi (2019) Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek A3 Fresh O2