

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Anggraeni, R. A., & Soliha, E. (2020). *KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. *Jurnal Manajemen*. p-ISSN: 2460-4089 e-ISSN: 2528-2948. Vol. 6 No. 3.
- Budiono & Yuliana. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Pizza Hut Delivery Arundina Cibubur*. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara, Edisi 31. Volume 16, Nomer 02, Tahun 2021*.
- Cockrill, Antje., Mark M.H. Goode. *Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke*. *The Journal of Product And Brand Management*, 19 (5) 2010.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: AGF Books.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Iriani, F & Indriyani, R. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU MARTHA TILAAAR*. *Jurnal Manajemen*.
- Kotler dan Armstrong (2016:47) *Bauran pemasaran (marketing mix) : JM, VOL. 5, NO. 1, MARET 2023, Hal: 63-75*
- Kotler, P., & Gary Amstrong. (2016). *Marketing Managemen : Vol. Jilid 1* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Keller. (2017). *Marketing Management (Global Edition)*. Pearson Education Limited.
- Maria & Suroso. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti CV. Rima Bakery di Kota Padang*. *JurnalPundi. Volume 04, Nomer 01, Tahun 2020*.
- Purwanto & Risaputro. (2021). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Kota Semarang)*. *REKAN. Volume 02, Nomer 01, Tahun 2021*.
- Qiana, A. D., & Lego, Y. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER SENSI DI TANGERANG*. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume III No. 3/2021 Hal: 649-660*
- Ridhania, F. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP GAYA KEPUTUSAN*. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*,
- Ruliansyah, F & Sampurna, S. D. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (Studi Kasus Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat)*. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Sofjan, P. (2019). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Rddan*. Alfabeta.

Tritama, A., Syarief, N., & Pusporini. (2021). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PULL&BEAR DI GRAND INDONESIA JAKARTA. Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. Volume 2.*

Website bps pada laman “*PDB Subsektor makanan dan minuman*”

Website databoks.katadata pada laman “*Pengeluaran konsumsi masyarakat*”

Website databoks.katadata pada laman “*Frekuensi konsumsi minuman manis*”

Website dataindonesia pada laman “*Konsumsi minuman harian masyarakat*”

Website fkkmk.ugm pada laman “*Indonesia konsumen minuman berpemanis*”

Website GoodStats pada laman “*10 Ritel terbesar*”.

Website parenting pada laman “*Sari buah jika tak sempat makan buah*”

Website topbrand-award pada laman “*Minuman sari buah dalam kemasan*”