

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. S., Asdi, & Hidayat, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi (Studi Pada Warkop Bundu Balai Aroepala di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Bongaya (JIB) Juni 2023 Vol 7 No. 1 ISSN 1907-5480*, 5(4), 289–296. <https://ejournal.poltekbangsby.ac.id/index.php/jurnalpenelitian/article/view/544>
- Akbari, M. I., & Hastoko, Y. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bir Pletok di Hana Kuliner Jakarta. *Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(5), 298–307. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/article/view/319>
- Alamsyah, Z., Sumarwan, U., Hartoyo, H., & Yusuf, E. Z. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Jenis Minuman pada Situasi Konsumsi Hang-Out dan Celebration. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.29244/jmo.v1i1.14149>
- Annur, C. M. (2022). *6 Aneka Minuman Rasa dalam Kemasan Favorit Masyarakat Indonesia, Mana Favoritmu?* Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/05/6-aneka-minuman-rasa-dalam-kemasan-favorit-masyarakat-indonesia-mana-favoritmu>
- Azis, F. R. A., Fitriadi, B. W., & Umbara, D. S. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro. *JAPPRI: Jurnal Agroteknologi Pertanian & Publikasi Riset Ilmiah*, 5(2), 30–53. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.55542/jappri.v5i2.812>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Teh Indonesia 2022*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/f48a9da03e67c8fe8ed74d10/statistik-teh-indonesia-2022.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2023). Kota Surabaya Dalam Angka 2023. In *Bappeda Potensi Wilayah* (Vol. 4, Issue 1). <http://bappeda.jatimprov.go.id/bappeda/wp-content/uploads/potensi-kab-kota-2013/kota-surabaya-2013.pdf>
- Baek, N., Kim, Y., Duncan, S., Leitch, K., & O'keefe, S. (2021). (–)–Epigallocatechin Gallate Stability in Ready-To-Drink (Rtd) Green Tea Infusions in TiO₂ and Oleic-Acid-Modified TiO₂ Polylactic Acid Film Packaging Stored Under Fluorescent Light During Refrigerated Storage At 4°C. *Foods*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/foods10040723>
- Bhegawati, D. A. S., & Mendra, N. P. Y. (2021). Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(1), 105–112. <https://doi.org/10.22225/kr.13.1.2021.105-112>

- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203029053>
- Daniel, M. (2003). *Metodologi Penelitian Sosial*. Erlangga.
- Dianawati, W. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 20(2), 226–241. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2016.v20.i2.78>
- Ebert, & Griffin. (2008). *Marketing*. McGraw-Hill.
- Ekawati, I., & Rahayu, P. (2021). Pengukuran Kesiapan Industri Minuman Teh Menjangkau Revolusi Industri 4.0 dengan Metode INDI 4.0. *INVENTORY: Industrial Vocational E-Journal On Agroindustry*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.52759/inventory.v2i2.62>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2014). *Consumer Behavior*. South-Western College Publishing.
- Fandy Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan* (Edisi I). Andi Offset.
- Fauzi, A. Z., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia (Survei Pada Followers Twitter Es Teh Indonesia). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 10(2), 32–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10470016>
- Fox, E. M., & Craswell, R. (2007). *Regulating Consumer Financial Products: Lessons from the Consumer Credit Card Industry*. AEI Press.
- Garvin, D. A. (2016). *Strategi Pemasaran* (F. Tjiptono (ed.)). Andi Offset.
- Ghozali. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I., & Hengky, L. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Hakim, M. A., & Suprihhadi, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Jokopi Cabang Dinoyo Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–14. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4900/4912>

- Hawkins, D. I., & Motherbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Herdian, F., & Cokki. (2022). Niat Beli Produk Power Tools: Peranan Kemasan, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(5), 497–502. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.20301>
- Ichwani, T. H., Daryanto, A., & Fauzi, A. M. (2019). Strategi Peningkatan Keberlanjutan Daya Saing Teh Organik. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 109–120. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.1.109>
- Jenni Tarigan, D. M., Fernando Sihotang, B., Kaliaga, K., Panggabean, A., & Gulo, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola Pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Global Manajemen-Prodi SI Manajemen FE UDA*, 9(2), 1–14.
- Jogiyanto. (2016). *Sistem Informasi Manajemen* (11th ed.). Andi Offset.
- Kaligis, W. (2018). Pengaruh Perceived Risk Terhadap Customer Loyalty Melalui Switching Cost. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(2), 221–238. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i2.800>
- Katona, G. (1975). *Psychological Economics*. McGraw-Hill.
- Kerlinger. (2000). *Foundations of Behavioral Research*. Harcourt College Publishers.
- Kimutai, G., Ngenzi, A., Ngoga Said, R., Ramkat, R. C., & Förster, A. (2021). A Data Descriptor for Black Tea Fermentation Dataset. *Data*, 6(34), 1–8. <https://doi.org/10.3390/data6030034>
- Kombih, M. T., & Suhardianto, N. (2018). Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja Keuangan, dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(3), 281–302. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i3.1909>
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing Global 18th Edition*. Pearson Education International.
- Lidia. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue di Kota Palembang. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 205–212. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10519919>
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia.

- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics* (8th ed.). Macmillan.
- Max, K. (1990). *Capital: A Critique of Political Economy* (Vol.1). Penguin Books.
- Maynard Keynes, J. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. Macmillan.
- Mela, E., & Wijonarko, G. (2020). Pengembangan Produk Minuman Jelly Nira Kelapa dengan Quality Function Deployment. *Buletin Palma*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.21082/bp.v21n1.2020.1-10>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior: An Information Processing Approach*. Prentice Hall.
- Nadifah, M. L., Srihandayani, C. M., & Noerchoidah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Keragaman Menu dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(2), 53–62. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/5560>
- Nugraha, A., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2017). Faktor Determinan Preferensi dan Perilaku Konsumsi Teh Hitam dan Hijau. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 14(3), 198–208. <https://doi.org/10.17358/jma.14.3.198>
- Nurbayzura, W., & Soebiantoro, U. (2023). Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Indomilk: Studi pada Konsumen Susu UHT Indomilk di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 4030–4039. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4151>
- Nurohman, N., Rifin, A., & Djohar, S. (2018). Analisis Kinerja Daya Saing Industri Teh Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(5), 389–404. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.05.5>
- Ošťádalová, M., Tremlová, B., Pokorná, J., & Král, M. (2015). Chlorophyll as an Indicator of Green Tea Quality. *Acta Veterinaria Brno*, 83(January 2015), S103–S109. <https://doi.org/10.2754/avb201483S10S103>
- Pemerintah Kota Surabaya. (2014). *Surabaya Duduki Peringkat Pertama 100 Besar Kota Bisnis di Indonesia*. Berita. <https://surabaya.go.id/id/berita/3300/surabaya-duduki-peringkat-perta>
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2018). *Prinsip - Prinsip Marketing*. Salembada Empat.
- Prawira-Atmaja, M. I., & Rohdiana, D. (2019). Diversification of Tea Based Products in the Food, Pharmaceutical and Cosmetic Industry. *Perspektif*, 17(2), 150. <https://doi.org/10.21082/psp.v17n2.2018.150-165>
- Program Studi Agribisnis. (2022). *Pedoman Penulisan Kuliah Kerja Profesi dan Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur.

- PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company. (2024). *Teh Kotak Jasmine Tea*. Produk Minuman Teh UHT. <https://www.ultrajaya.co.id/products/teh-kotak-jasmin-tea/ind>
- PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk. (2022). *Annual Report 2022*.
- Purwaningrum, C. (2022). Analisis Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Pemuda 2022. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(11), 774–781. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i11.129>
- Randi. (2018). *Teori Penelitian Terdahulu*. Erlangga.
- Raziq, M. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Pemilihan Harga, dan Publisitas Digital Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee di Bekasi. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.8734/musytari.v3i2.1667>
- Riyono, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Safitri, L. S., & Triastuti, D. (2022). Kesadaran Merek dan Atribut Mutu Sensori Minuman Teh dalam Kemasan. *Paradigma Agribisnis*, 5(1), 11–22.
- Sari, R. P., & Putra, F. I. F. S. (2024). Penerapan Bauran Promosi Teh Pucuk Harum Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen di Kota Semarang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 4(1), 2398–2414. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.7617>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). *Consumer Behavior*. Pearson Education International.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. L. (2018). *Consumer Behavior (12th edition)*. Pearson Education International.
- Segoro, W., & Nugraha, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Teh Botol Sosro. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1), 07–18.
- Setiawan, A. W., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2024). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek di Mixue Yogyakarta. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1157–1177. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.4846>

- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (8th ed.). Pearson Education International.
- Subagja, T., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Original Kopi di Gerai Kacang Pedang, Kota Pangkalpinang. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 136–146. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3297>
- Subagyo, S., & Samari, S. (2022). Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Orientasi Kewirausahaan dan Kemampuan Managerial dengan Strategi Bisnis sebagai Variabel Intervening. *JPPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(2), 441. <https://doi.org/10.29210/020221531>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Susanti, L. (2021). Minat Beli Konsumen Teh Botol Kemasan terhadap Variasi Produk dan Kemasan Produk. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 3(2), 104–112. <https://doi.org/10.31539/jomb.v3i2.2723>
- Swasta, B., & Handoko, H. (2008). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Syahrini, M. (2023). *Minuman Teh Kemasan Favorit Masyarakat Saat Berbuka*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/melasyhrn/minuman-teh-kemasan-favorit-masyarakat-saat-berbuka-S8ABA>
- Tekege, A. C., Anggarawati, S., & Suwarnata, A. A. E. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Kasus Di Universitas Nusa Bangsa). *Agrisintech (Journal of Agribusiness and Agrotechnology)*, 1(2), 79. <https://doi.org/10.31938/agrisintech.v1i2.288>
- Trisakti, M. N., & Arnu, A. P. (2024). Pengaruh Suasana Kafe dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian: Ajudan Kopi Karawang Muhamad. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 950–963. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.4303>
- Trisnawati, E., Suroso, A., & Kumorohadi, U. (2013). Analisis Faktor-Faktor Kunci dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 19(2), 126–141. <https://www.neliti.com/id/publications/24175/analisis-faktor-faktor-kunci-dari-niat-pembelian-kembali-secara-online-study-kas>
- Turner, D. P. (2020). Sampling Methods in Research Design. *Headache: The Journal of Head and Face Pain*, 60(1), 8–12. <https://doi.org/10.1111/head.13707>
- Widi, S. (2022). *Berapa Konsumsi Teh per Kapita di Indonesia?* DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-teh-per-kapita-di-indonesia>

- Winoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1566. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i12.1875>
- Zakaria, D. K. P., Hastuti, S., & Widiastuti, S. W. (2023). Pengaruh Liputan Media, Sensitivitas Lingkungan, Environmental Management System, dan Kedekatan Konsumen terhadap Pengungkapan Lingkungan. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 12(1), 59–71. <https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.53974>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw-Hill Education.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods*. Cengage Learning.