

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2025). Pengaruh Citra Merek, Harga, Desain Kemasan, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jamu Tolak Angin di Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(04), 401-425.
- Agustin, S. N., & Mulyadi, D. (2024). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Somethinc. *Journal Sains Student Research*, 2(4), 500-509.
- Akbar, M. A., Iswanto, A., & Hijuzaman, O. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM) AMOS pada Café Djajan Coffee Purwakarta. *JURNAL ECONOMINA*, 3(9), 938-949.
- Amalia, R. N., & Dianingati, R. S. (2022). Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9-15.
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185-194.
- Andriasari, S. (2021). Kajian Sistem Informasi Akademik Untuk Efektivitas Dan Pengembangan Menggunakan Sem Dan Amos Studi Kasus Amik Lampung Bandar Lampung. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(7), 327-334.

- Angelia, D. (2023). Pengaruh variasi produk, kualitas produk dan desain kemasan terhadap minat pembelian ulang PowTato. Skripsi Sarjana, Widya Mandala Surabaya Catholic University.
- Apotek Heka Semarang. (2024). <https://id.shp.ee/i8ACBhW>.
- Ardiansyah, R. A., Zaini, A., & Santoso, E. B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Chatime Soekarno Hatta Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(2), 284-287.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Azahra, F., & Hadita. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Candra, F., Ellitan, L., & Agrippina, Y. R. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap niat beli kembali melalui kepuasan pelanggan Wizzmie di Surabaya. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 218-237.

- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *eCo-Buss*, 6(1), 166-178.
- Ertanto, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Wafer Nabati Di Toko Zaina Di Sampit. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 175-181.
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790-800.
- Febriansyah, F., & Triputra, G. (2021). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70-88.
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1549-1562.
- Habibi, A. (2023). Kajian Simulasi Distribusi Sampling, Teorema Limit Pusat dan Estimasi Parameter. *Jurnal Bayesian: Jurnal Ilmiah Statistika dan Ekonometrika*, 3(1), 1-27.
- Halodoc. (2024). <https://www.halodoc.com/obat-dan-vitamin/kratingdaeng-energy-drink-150ml?srsId=AfmBOoqSt6N1tPxG7NYJsmjk8hdLNv6V6ac0Y6bk393Z5hpBIzhYOVpW>.

- Hananto, D. (2021). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*.
- Handayani, V. A., & Hernando, L. (2022). Penerapan Aplikasi Uji Hipotesis (One-Tail Dan Two-Tail) pada Data Simulasi. *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*, 3(2), 168–174.
<https://doi.org/10.37859/coscitech.v3i2.3869>.
- Hartuti, E. T. K., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144-1149.
- Hasanah, N., & Fatmawati, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Katering Shobia Di Kelurahan Sungai Malang Kecamatan Amuntai Tengah. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 41-48.
- Hekmah, L., Romdloni, M. S., Kurniawan, F., Nuruddin, M., & Kurniawan, M. D. (2024). Kreatifitas Dalam Pengembangan Desain Kemasan Produk Umkm Kelurahan Kroman, Kecamatan Gresik. In *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata (Vol. 1, No. 2, pp. 169-175)*.

- Huath, J. N. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Wafer Richeese Nabati di Kota Ambon. *B2C MARKETING JURNAL*, 1(1), 41-56.
- Inko Healthcare. (2024). <https://www.lazada.co.id/products/hemaviton-energy-drink-150ml-i6806252166.html>.
- Irwanto, M. R., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi: Indonesia. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289-302.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Jon Whitton. (2024). <https://www.flickr.com/photos/jwhittox/3881368631/in/photo-stream/>.
- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Values*, 2(2).
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Khoirnnisa, N., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh harga dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian ulang dengan perilaku pembelian impulsif sebagai variabel intervening (Studi pada pengguna GoFood di Kota Bandung). *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3667-3675.

- Kojongian, A. S., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou. id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157-161.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1-13.
- Laduni, P., Rahaningsih, N., & Bahtiar, A. (2023). Perancangan desain kemasan ukm cemilin nih di cirebon. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(1), 189-196.
- Ma'ruf, N., Alfalisyanto, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, citra merek dan digital marketing terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314-1330.
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). The effect of price perception, product quality, and service quality on repurchase intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(1), 182-188.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikotjco, F. (2021). *Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan*. Jurnal Ilmu Multidisiplin, 1(3).
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 49-64.

- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *Jurnal TECHNOBIZ*, 4(2), 62–69..
- Maulani, A. N., Fetrianggi, R., & Prana, I. S. (2021). Analisis pengaruh desain kemasan dan brand image kopi Good Day pada minat beli konsumen. *Finder: Journal of Visual Communication Design*, 1(1).
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian baju batik di toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua Jurnal*, 3(1), 13-24.
- Muliawan, E. N., & Waluyo, M. (2021). Pengaruh Brand Awarenesssp dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang sepatu Converse (Studi Pada Konsumen Sepatu Converse Di Surabaya). *Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 02(05), 38–49.
- Natania, F. O., Karnadi, K., & Ariyantiningasih, F. (2024). Pengaruh Desain Kemasan, Inovasi Produk Dan Display Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Rengginang Cap Tiga Bintang Di Desa Gelung Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(7), 1334-1347.
- Nurhayati, S., & Kusumaningtyas, A. (2021). Pengaruh Promosi, Inovasi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Oleh-oleh Haji di Kabupaten Lamongan dengan Loyalitas sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 88–102.

- Nusrang, M., Fahmuddin, M., & Hafid, H. (2023). Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis Ke-62, 1*.
- Pambela, S. W. P., & Waluyo, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang Smartphone Xiaomi. *Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro Dan Informatika (JTMEI)*, 2(4), 198–211.
- Permatasari, D., & Melinda, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tepung Moccaf di PT Ayo Tani Berjaya. *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA)*, 2(1), 14-24.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469–478. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>.
- Pramudita, R. A., & Antika, R. W. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 290-302.
- Pratiwi, R., & Nizam, A. (2021). Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kesadaran Merek Produk Air Minum Cleo Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(3), 563-576.

- Radio Rasika. (2024). <https://x.com/RadioRasika/status/684557505783963648>.
- Ramadhina, A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59-67.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.
- Rianita, D., & Mustika, I. (2024). Pengaruh Value Proposition dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang Produk di UMKM Wajit Asli Cililin Cap Potret. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Sosial Indonesia)*, 2(4), 112–120.
- Rindiasari, P. R., Hidayat, Y., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas angket kepercayaan diri. *Fokus: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan*, 4(5), 367-372.
- Sahra, J. F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Siaran Langsung dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang pada PT XYZ (Literature Review). 6(2), 160–167
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.
- Sari, S. K., Isrofani, A. N., Pratiwi, C., & Batu, R. L. (2021). Pentingnya Inovasi Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Brand Iphone di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 181-187.

- Setiabudi, N. A., Pikir, B. S., Lestari, P., & Purwanto, B. (2024). The Relationship Between Energy Drinks A And B With Blood Pressure And Pulse Rate Increase Among College Students.
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Top Brand Award. (2025). https://www.topbrand-award.com/top-brandindex/?tbi_year=2025&category=makanan-danminuman&type=subcategory&tbi_find=MINUMAN%20PENAMBAH%20TENAGA%20CAIR.
- Wahana, S., Nur, M., & Nasyrh, A. F. A. (2021). Hubungan Panjang Bobot dan Beberapa Aspek Reproduksi Ikan Tongkol Lisong (*Auxis rochei* Risso, 1810) di Perairan Teluk Bone Length Weight Relationship and Several Reproductive Aspects of Bullet Tuna (*Auxis rochei* Risso, 1810) in Bone Bay Waters. *Jurnal Airaha*, 10(02).
- Waluyo, M., & Mohammad, R. (2020). Mudah cepat tepat dalam aplikasi Structural Equation Modeling: edisi revisi.
- Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada 200 café and food di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 89-100.

Yoline. (2024). <https://yoline.co.id/product/view/JQad1l4OegznBG9m/HEMA>

VITON_ENERGI_DRINK_150ML/.