

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dinawan. 2012. *Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting*, Free Press. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Hozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, & Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsipPemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*, edisi 15. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1*. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks
- Monroe, Kent B. Pricing. 2003. *Making Profitabel Decision* 3rd ed. New York: McGraw-Hill Scholl Education Group.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st ed.). Jakarta: Prenada Media Group.

Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Schiffman, L & Kanuk, L, L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Indeks, Jakarta.

Solomon, Michael R. (2007). *Consumer Behavior (Edisi Tujuh)*. United States of America: Pearson Prentice Hall.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, Gregorius dan Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Internet

<https://databoks.katadata.co.id/.2021>. *Kebiasaan Konsumsi Minuman Manis oleh Anak-anak Capai 91,5%*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/14/kebiasaan-konsumsi-minuman-manis-oleh-anak-anak-capai-915>

<https://topbrand-award.com/.2018-2021>. *Top Brand Index*. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=teh%20gelas

[Htttps://databoks.katadata.co.id/.2020](https://databoks.katadata.co.id/.2020). *Nilai penjualan Ritel Minuman Ringan Indonesia Turun 5% pada Tahun 2020*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/26/nilai-penjualan-ritel-minuman-ringan-indonesia-turun-5-pada-2020>

Jurnal

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.
- Anggraini, P. D., Hidayati, N., & Athia, I. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE DI KOTA MALANG. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Assauri, Sofjan. 2001. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- 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.
- Hakim, L., Saragih, R. (2019). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN NPK MUTIARA DI UD. BARELANG TANI JAYA BATAM. *Jurnal Ecobisma*. Vol.6 No.2
- Iriani, F & Indriyani, R. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU MARTHA TILAAAR. *Jurnal Manajemen*.
- Lesmana, R. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION. *Manajemen Pemasaran*. ISSN N0. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893.
- Noor, F., Utari, W., & Mardi, N. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Produk PT. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*. Vol.4. No. 4, 581-594.
- 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.
- 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*.
- 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.

Xian, gou li. 2011. Corporate Product and User Image Dimensions and Purchase Intention. *Journal Of Computersi*, (6) 9 : 1875 1879.