

DAFTAR RUJUKAN

- Adolph, R. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Angga Reta, T., & Yudho Leksono, P. (2022). Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK LEMONILO. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri*, 437–443.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anggraini, S. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iquid Vapor Brew.Ox Juice Di Surakarta. In *Stie Aub*.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). Penerbit ANDI.
- 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>
- Dewa, R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2024). *Analisis cita rasa, citra merek dan event marketing terhadap keputusan pembelian es teh jawi nganjuk*. 2, 624–634.
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Ferdiansyah, I. D., Soekiman, S., & Pinaraswati, S. O. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK , HARGA DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH HIJAU NU GREEN TEA DI KABUPATEN GRESIK*. 2(1), 49–63. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/smr/article/view/7509>
- Halim, A., Abd. Kodir Djaelani, & Mohammad Khoirul Anwarudin. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kafe Es Teh Indonesia Tlogomas Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1–12.
- Intan, S., & Wahyudi, S. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Es Teh Indonesia Cabang Jl. Delima. *Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2(5), 2745–5955. <https://journal.uir.ac.id/index.php/jiabis/article/view/18924>

- Ismunarti, D. H., Zainuri, M., Sugianto, D. N., & Saputra, S. W. (2020). Pengujian Reliabilitas Instrumen Terhadap Variabel Kontinu Untuk Pengukuran Konsentrasi Klorofil- A Perairan. *Buletin Oseanografi Marina*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.14710/buloma.v9i1.23924>
- Itan, S. L., Hendrarini, H., & Layli, D. W. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH KOTAK ULTRAJAYA DI SUPER INDO - HR MUHAMMAD SURABAYA. Table 10*, 4–6.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Pearson Ed). Pearson Educatio.
- Mario, M., Latief, F., & Ridwan, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Crf Di Makassar. *Nobel Management Review*, 4(1), 92–104. <https://doi.org/10.37476/nmar.v4i1.3880>
- Pangestu, I. R., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream dan Tea Nusukan Surakarta. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 180–191. <https://doi.org/10.55606/mri.v2i4.3188>
- Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2), 9–33.
- Pratiwi, & Dwi, V. (2023). PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTIK DSCARPASHOP. *Manajemen Pemasaran*.
- Puspitaningrum, I. A., & Kadi, D. C. A. (2023). Pengaruh Fitur Live Streaming, Content Marketing, Dan Platform Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ms Glow Kota Madiun). *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, September.
- SAHIR, S. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN* (T. KOYATRI (ed.)).
- Sari, K. N. I. (2024). *PENGARUH CITA RASA, DESAIN KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH DESA CABANG PEJAGOAN*. 16(2), 39–55.
- Sukardi. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN* (R. Danayanti (ed.)).
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan

Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.

Vanessa, C., Hardilawati, W. L., & Ramadhan, R. R. (2023). Pengaruh Country of Origin & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 33–40.