

DAFTAR RUJUKAN

- Amilia, Suri & M. Oloan Asmara Nst. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 6, No 1.
- Amron, Amron. 2018. The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, Vol 14, No 13 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e – ISSN 1857 – 7431.
- Andri, Yustinus DP. 2019. “Industri Mamin: Bisnis Teh dalam Kemasan Makin Moncer”. Tersedia pada: <https://m.bisnis.com/amp/read/20191009/12/1157159/industri-mamin-bisnis-teh-dalam-kemasan-makin-moncer>. (diakses tanggal 10 Agustus).
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penulisan untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bahari, Andi Faisal & Muhammad Ashoer. 2018. Pengaruh Budaya, Social, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, Vol.5, No.1 (hlm. 69-78).
- Cahya, Eva. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series di Counter Insight Plaza Maria Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3 (2).
- Firmansyah, M Anang & Budi W. Mahardhika. 2015. Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik di Surabaya. *Jurnal Balance*, Vol. XII, No. 2.
- Fuad. M & Christine H. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Joshua, Davin & Metta Padmalia. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Volume 5, Nomor 1.
- Kaharu, Debora & Anindhyta Budiarti. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 3.

- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. & G. Amstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas, Jilid dua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & G. Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran 13th ed*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & G. Amstrong. 2014. *Principle of Marketing 14 Edition*. England : Person Education, inc
- Kotler, P. & G. Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran, jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Desi Irana Dewi & Rahmat Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1. pp. 15-24, ISSN 2355-1488.
- Medhika, Nyoman Gede Aditya Jay. 2018. Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 1 (2): 1-18
- Mowen, Jhon C. & Michael Minor. 2008. *Consumer Behavior 6ed*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Nailufar, Nibras Nada. 2020. "Kebutuhan Manusia: Primer, Sekunder, Tersier". Tersedia pada: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/23/080000469/kebutuhan-manusia--primer-sekunder-tersier>. (diakses tanggal 4 Agustus).
- Pandensolang, Josiel Driand & Hendra N. Tawas. 2015. Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.3, Hal.1113-1124
- Prawirosentono, Suyadi. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rijswijk, Wendy Van. 2006. *Consumer Perceptions of Food Quality and Safety and Their Relation to Traceability*. *Jurnal of Marketing*.
- Sahir, Syafrida Hafni, dkk. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area

Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, No.1, ISSN : 2407-2648.

- Sangadji, Etta Mamang & sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2007. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Edisi X. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu Dharmmesta & Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Prilaku Konsumen, Edisi 1*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy & Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Index 2016 Fase 1, 27 Oktober 2020. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2016
- Top Brand Index 2017 Fase 1, 27 Oktober 2020. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2017
- Top Brand Index 2018 Fase 1, 27 Oktober 2020. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2018
- Top Brand Index 2019 Fase 1, 27 Oktober 2020. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2019
- Top Brand Index 2020 Fase 1, 27 Oktober 2020. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2020
- Winosa, Yosi. 2018. "Berebut Manisnya Industri Minuman Teh dalam Kemasan". Tersedia pada: <https://www.wartaekonomi.co.id/read193618/berebut-manisnya-industri-minuman-teh-dalam-kemasan>. (diakses tanggal 13 Agustus).
- Yunita, Dian & Hapzi Ali. 2017. Model of Purchasing Decision (Renting) of Generatorvset: Analysis of Product Quality, Price, and Service at PT. Hartekprima Listrindo. *Sch J Econ Bus Manag*, 4(11):833-841.