

## DAFTAR PUSTAKA

- Alboyn, Sherly, Rine. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Produk Minuman Bervitamin You C-1000: *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 59–142.
- Alita. (2019). Analisis Persepsi Konsumen Pada Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi *Take Away* di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah* 2(3), 4–9. <https://journal.stiemb.ac.id>.
- Anggrawan, A. (2019). Analisis Deskriptif Hasil Belajar Pembelajaran Tatap Muka dan Pembelajaran Online Menurut Gaya Belajar Mahasiswa. *matrik : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, 18(2), 339–346. <https://doi.org/10.30812/matrik.v18i2.411>
- Anjasari, S. (2016). Pengaruh Penambahan Jenis Teh Terhadap Aktivitas. *Jurnal Ekonomi Bisnis, sendi\_u 2016, 2015, 2014, 12*.
- Azis. (2018). Penggunaan Teori dan Kerangka Teori dalam Penyelidikan Pendidikan Matematik nik azis nik pa. masalah pendidikan, 26(1996), 29–61.
- Dewi, safitri N., & Prabowo, eddy R., (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding sendi\_u 2018, 2016, 711*.
- Dewi Anjarsari, I. R. (2016). Katekin Teh Indonesia : Prospek dan Manfaatnya. *Kultivasi*, 15(2), 99–106. <https://doi.org/10.24198/kultivasi.v15i2.11871>
- Dewi, Luh Ayu Paramita, Indira Rachmawati dan Fajar Sidiq Adi Prabowo. (2016). Analisis *Positioning Franchise Bubble Drink* Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 2 (3): 2511–2517.
- Dyah, N. A. J, S.E., M. S. (2021). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS. In *Semarang University Press (Issue April 2012)*.
- Fatmaningrum, R. S., & et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah* 4(1), 1–13. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>
- 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.

- Nastiti, H. (2023). <https://www.tanamduit.com/belajar/inspirasi/regresi-adalah>.
- Njoto, T. K. (2016). Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455–463.
- Novan Haryono & Rooney Octavia. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Indept*, Vol. 4, No. 1. Hal 20-27.
- Nuryanti, B. L., & Rahman, A. Y. (2017). Pengaruh Variasi Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya (Survei Pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia). *Strategic : Jurnal pendidikan manajemen bisnis*, 8(2), 31.
- Poluan, J., Lumintang, G., & Untu, V. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada Pt. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(3), 671–681.
- Puspitayani & Yuniawan. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman *Cocacola* di Kecamatan Semarang Selatan : *Journal pendidikan*, 1(2), 96
- Salsabilah, S. A. (2022). Visualisasi Model Bisnis Es Teh Indonesia. <https://osf.io/preprints/my36r/%0Ahttps://osf.io/my36r/download>
- Sardanto & Ratnano. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Minuman Hop-Hop Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Manajemen* 7(1016), 29–41.
- Schiffman, dkk. (2020). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Minuman Teh. *Jurnal Manajemen Ekonomi*, 1(2), 312–318.
- Setiadi, Nugroho J. (2017). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sumarwan, Ujang. 2015. Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Susanti, L. (2021). Minat Beli Konsumen Teh Botol Kemasan Terhadap Variasi Produk Dan Kemasan Produk. *Journal of Management and Bussines*, 3(2), 104–112. <https://doi.org/10.31539/jomb.v3i2.2723>
- Susetyasari T. (2016). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *jurnal STIE semarang*, 4(3), 19–28.

Spillane, A. (2019). Komparasi Sifat Antioksidatif Seduhan Teh Hijau, Teh Hitam, Teh Oolong dan Teh Putih Produksi PT Perkebunan Nusantara IX. *Journal manajemen bisnis*, 1(3), 231–431.

Titaley, S., & Kakerissa, A. L. (2021). Desain Kemasan Minuman Bubuk Sari Pala Menggunakan Metode Kansei Engineering. *Jurnal Ilmiah* 1(April), 176–182. <https://doi.org/10.30598/ale.1.2018.176-182>