

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (1 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Abideen, Z. U., & Latif, A. (2011). Do Brand Extensions Affect Consumer Attitude : An Empirical Experience With Reference To Pakistani Consumers. *Journal of Applied Business Research*, 27(2), 019-036. doi:10.19030/jabr.v27i2.4137
- Alavi, S. A., & et al. (2015). Examining Shopping Mall Consumer Decision-Making Styles, Satisfaction and Purchase Intention. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 26(3), 272-303. doi:10.1080/09593969.2015.1096808
- Anggraini, T. (2017). *Proses dan Manfaat Teh*. Padang: Erka.
- Anggraini, T., Febrianti, F., Aisman, & Ismanto, S. D. (2016). Black Tea with Averrhoa Bilimbi L Extract: A Healthy Beverage. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 9, 241-252. doi:<https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.141>.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50. doi:10.30596/maneggio.v4i1.6766
- Arif, M. N. (2010). *Mikroekonomi : Teori Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126.
- Auralia, M. (2020). Pola Konsumsi dan Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Teh Hitam dan Teh Hijau di Kecamatan Purwokerto Selatan. *Repository Universitas Jenderal Soedirman*.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Teh Indonesia 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Kabupaten Banyumas Dalam Angka 2022*. Purwokerto: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka 2022*. Semarang: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah .
- Bandara, A. K., Gayathri, H. M., & Lankapura, A. Y. (2021). Factors Affecting the Consumer's Branded Tea Purchase Decision: A Case Study in the Western Province, Sri Lanka. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 21(10), 067-073. doi:10.9734/ajeba/2021/v21i1030432
- Bappeda Jawa Barat. (2019, Agustus 06). *BAPPEDA PROVINSI JAWA BARAT*. Dipetik Juni 10, 2022, dari Upaya Jabar Tingkatkan Popularitas Teh Indonesia di Dunia: <http://bappeda.jabarprov.go.id/upaya-jabar-tingkatkan-popularitas-teh-indonesia-di-dunia/>

- Bhuvaneshwari, P., & Kanchana, V. S. (2020). A Study on Brand Loyalty for Coffee and Tea Beverages in Tirupur City. *International Journal of Science and Research*, 9(8), 052-056. doi:10.21275/SR20729084646
- BPS Kabupaten Banyumas. (2022). *Kabupaten Banyumas dalam Angka 2022*. Bayumas: BPS Kabupaten Banyumas.
- BPS Kabupaten Banyumas. (2022). *Statistik Daerah Kabupaten Banyumas 2022*. Kabupaten Banyumas: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas.
- Cahyani, K. I., & Sutrasnawati, R. E. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4), 281-288.
- Chacko, S. M., Thambi, P. T., Kuttan, R., & Nishigaki, I. (2010). Beneficial effects of green tea: a literature review. *Chinese medicine*, 5, 13. doi:<https://doi.org/10.1186/1749-8546-5-13>
- Chang, S. C., & Pathiassana, M. T. (2017). Factors associated with young Taiwanese people's preference of green tea. *Africa Journal of Business Management*, 11(16), 415-425. doi:<https://doi.org/10.5897/AJBM2017.8330>
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (1996). A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach for Measuring Interaction Effect : Results from a Monte Carlo Simulation Study and Voice Mail Emotion/Adoption Study. *International Conference On Information Systems* (hal. 21). Cleveland: Association for Information Systems.
- Choesrani, D. Z. (2020). Influence of Drinking Quality Tea Towards Consumer Lifestyle in Tea Addict Lounge Jakarta. *Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1), 46-55.
- Chuenban, P., Sorsaruht, P., & Pimdee, P. (2021). How Brand Attitude, Brand Quality, and Brand Value Affect Thai Canned Tuna Consumer Brand Loyalty. *Heliyon*, 7(2), 1-9. doi:10.1016/j.heliyon.2021.e06301
- Citra, Y., Susi, & Hakim, H. M. (2018). Consumer Preference Level on Cinnamomum burmanii Tea with Analytic Hierarchy Process Method. *Tropical Wetland Journal*, 4(1), 008-016. doi:<https://doi.org/10.20527/twj.v4i1.57>
- Cooil, B., Keiningham, T. L., Aksoy, L., & Hsu, M. (2007). A longitudinal analysis of customer satisfaction and share of wallet: Investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of Marketing*, 71(1), 67-83.
- Deb, S., & Jolvis Pou, K. R. (2016). A Review of Withering in the Processing of Black Tea. *Journal of Biosystems Engineering*, 41(4), 365-372. doi:<https://doi.org/10.5307/JBE.2016.41.4.365>
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2020). Pengaruh Cita Rasa dan Promosi Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(1), 25-40.
- Dimitriadis, Z. S. (2006). Customer Satisfaction, Loyalty and Commitment in Service Organization: Some Evidence from Greece. *Management Research News*, 29(12), 782-800.

- Durianto, D., & Sugiarti, T. S. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, D., Syakir, M., Yusron, M., & Wiratno. (2010). *Budidaya dan Pascapanen Teh*. Departemen Pertanian Republik Indonesia: Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan.
- Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKIS.
- Everson, J. L., Tracey, S. D., & Greg, E. (2013). Engaging Customers for Loyalty in the Restaurant Industry: The Role of Satisfaction, Trust, and Delight. *Journal of Foodservice Business Research*, 52-75. doi:<https://doi.org/10.1080/15378020.2013.761025>
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbing. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 053-060.
- FAO. (2015). *World Tea Production and Trade Current and Future Development*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nation.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Penerbit ALfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giddens, N. (2010). *Brand Loyalty*. University of Missouri.
- Gokcek, H. A., Carikcioglu, P. S., & Yuksel, C. A. (2019). The Effect of Consumer Decision Making Styles on Cognitive Dissonance Along with The Role of The Perceived Risk As a Moderator in Online Shopping. *Journal of Academic Research in Economics*, 11(1), 118-127.
- Griffin, J. (2003). *Costumer Loyalty Edisi Revisi dan Terbaru*. Jakarta: Erlangga.
- Hakjun, S., & et. al. (2018). Effect of Image, Satisfaction, Trust, Love, and Respect on Loyalty Formation for Name-brand Coffee Shops. *International Journal of Hospitality Management*, 79, 50-59. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.12.011>
- Han, Heesup., et. al. (2018). Drivers of Brand Loyalty in The Chain Coffee Shop. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 146-156.
- Hasanah, U., Ismarmiaty, & Bachtiar, A. (2017). Analisis Simulasi Goodness Of Fit (GOF) pada Uji Model Penerimaan E-Learning. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi)* (hal. 25-30). Yogyakarta: STMIK Bumigora Mataram.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Strategy 11th edition*. McGraw-Hill: Irwin.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Idaman, N., Yuliati, L. N., & Retnaningsih. (2012). Sikap Konsumen terhadap Beras Organik. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 9(2), 117-126.
- Ikmanila, R., Mukson, & Setiyawan, H. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga terhadap Teh Celup di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Optimum*, 8(1), 1-14.  
doi:<http://dx.doi.org/10.12928/optimum.v8i1.9080>
- Ilhamudin, H. M., Nururly, S., & Rusminal. (2019). Sikap Konsumen terhadap Tahu Abian Tubuh sebagai Produk Unggulan Sektor Makanan Kota Mataram. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 8(1), 35-45.  
doi:<https://doi.org/10.29303/jmm.v8i1.407>
- Indarto, R. P. (2011). *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Bundling GSM dengan Smartphone - Studi terhadap Bundling Oleh Telkomsel dan XL (Tesis)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Islam, M., Monirul, & Han, J. H. (2012). Perceived Quality and Attitude Toward Tea & Coffee by Consumers. *International Journal of Business Research and Management*, 3(3), 100-112.
- Jafrizal. (2020). Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 329-340. doi:<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.396>
- Jayadi, R. P., Efendi, Z., & Marniza. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Makanan Tradisional "Lemang Tapai" Di Kota Bengkulu. *Jurnal Agroindustri*, 8(2), 124-132. doi:10.31186/j.agroind.8.2
- Kamila, F., Prasetyo, E., & Roessali, W. (2019). Analisis Sikap Konsumen pada Pembelian Beras di Kota Salatiga. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 3(1), 10-18.  
doi:<https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v3i1.2980>
- Kearney, J. (2010). Food consumption trends and drivers. *Philosophical Transactions Royal Society B*, 365, 2793-2807. doi:<https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0149>
- Kementerian Pertanian. (2017). *Outlook 2017 Komoditas Pertanian Sub Sektor Perkebunan Teh*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.
- Kementerian Pertanian. (2019). *Buku Outlook Komoditas Perkebunan Teh*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.
- Kim, S., & et. al. (2018). How Customer Personality Traits Influence Brand Loyalty in the Coffee Shop Industry: The Moderating Role of Business Types. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 311-335. doi:<https://doi.org/10.1080/15256480.2017.1324340>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 13). Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kushargina, R., Kusumaningati, W., & Yuniarto, A. E. (2022). Pengaruh Bentuk, Suhu, dan Lama Penyeduhan terhadap Sifat Organoleptik dan Aktivitas Antioksidan Teh Herbal Bunga Telang (*Clitoria Ternatea* L.). *Journal of The Indonesian Nutrition Association*, 45(1), 11-22.
- Lai, I. K. (2015). The Roles of Value, Satisfaction, and Commitment in the Effect of Service Quality on Customer Loyalty in Hong Kong–Style Tea Restaurants. *Restaurant Management*, 56(1), 118-138. doi:10.1177/1938965514556149
- Lee, C. W. (2009). The effects of Consumer Preferences and Perceptions of Chinese Tea Beverages on Brand Positioning Strategies. *British Food Journal*, 111(1), 080-096. doi:10.1108/00070700910924254
- Low, W., JengDa, L., & SooMay, C. (2013). The Link Between Customer Satisfaction and Price Sensitivity: An Investigation of Retailing Industry in taiwan. *Journal of Retailing and Customer Service*, 20(1), 1-10. doi:https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2012.06.011
- Lukman, M. D. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 64-81.
- Mahmoudi, H., Farajpour, M., & Afradiabi, S. (2021). The preferences of consumers for organic tea: Evidence from a stated choice experiment. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences*, 20, 265-269. doi:https://doi.org/10.1016/j.jssas.2021.02.006
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity*, 1(2), 57-68.
- Munandar, A. S. (2012). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI Press.
- Nam, C., Dong, H., & Lee, Y. A. (2017). Factors Influencing Consumers Purchase Intention of Green Sportswear. *Fashion and Textile*, 4(2), 1-17. doi:10.1186/s40691-017-0091-3
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119-128.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Glalia Indonesia.
- Nejadghanbar, A. (2016). The Efficacy of Quality Factors on Satisfaction of Tea Customers in Iran. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 7(3), 064-068. doi:10.9790/5933-0703016468
- Nikmah, N. A., Setiadi, A., & Ekowati, T. (2021). The Influence of Marketing Mix on the Customer Satisfaction of Moringa Leaf Tea. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(3), 549-560. doi:10.24843/SOCA.2021.v15.i03.p12
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43-53.
- Nugraha, A., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2018). Faktor Determinan Preferensi dan Perilaku Konsumsi Teh Hitam dan Hijau. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 14(3), 198-208. doi:https://doi.org/10.17388/jma.14.3.198



- Nulufi, K., & Murwatningsih. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129-141.
- Oke, A. O., Kamolshotiros, P., & Popoola, O. Y. (2016). Consumer Behavior towards Decision Making and Loyalty to Particular Brands. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 43-52.
- Pattarakitram, A. (2015). The Factor Influence Costumer Satisfaction and Loyalty: A Study of Tea Beverage in Bangkok. *International Business and Economy Conference Bangkok*, 8. doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2593883>
- Priya, D. H., & Kumar, N. R. (2019). Consumer Satisfaction towards Organic Farm Products: A Study with Special Reference to Coimbatore District. *International Journal of Commerce and Management Research*, 5(5), 195-199.
- Purnama, C. (2015). The Strategic Experiential Models and Providers in Improving Customer Satisfaction and Loyalty (Study Beverage Bottle Ready to Serve Tea Sosro). *International Journal of Management Sciences*, 5(1), 54-67.
- Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 159-177. doi:<https://doi.org/10.33369/insight.14.2.159-177>
- Ramadhani, F., Barokah, U., & Sutrisno, J. (2020). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Teh di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1), 21-29. doi:<https://doi.org/10.32585/ags.v4i1.838>
- Retnowati, N., & Abdurahman, A. (2017). Analisis Sikap Konsumen Pada Produk Kopi (Studi Kasus Pada Perusahaan Pdp Kahyangan Kabupaten Jember). *Jurnal Ilmiah INOVASI*, 17(2), 54-61.
- Rizwan, A., Zinchenko, A., & Ozdem, C. (2017). The effect of black tea on human cognitive performance in a cognitive test battery. *Clinical Phytoscience*, 3(13), 1-8. doi:10.1186/s40816-017-0049-4
- Rochaeni, S. (2013). Analisis Persepsi, Kesadaran, dan Preferensi Konsumen terhadap Buah Lokal. *Agribusiness Journal*, 7(1), 91-104. doi:<https://doi.org/10.15408/aj.v7i1.5172>
- Rohdiana, D. (2015). Teh: Proses, Karakteristik & Komponen Penyusunnya. *Food Review Indonesia*, 10(8), 34-37.
- Rusti, N., Irham, & Suryantini, A. (2021). The Factors Influencing Local Coffee Shop Customers' Satisfaction in the 4.0 Industry Era. *Journal Agro Ekonomi*, 32(1), 10-20. doi:<http://doi.org/10.22146/ae.60861>
- Rustiati. (2014). Analisis Sikap Konsumen terhadap Produk Minuman Teh dalam Kemasan Karton Merek Teh Kotak di Banjarmasin. *Jurnal ITEKNA*, 14(1), 1-11.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

- Saputra, D., Indarini, & Margaretha, S. (2020). The Effect of Consumer-Based Brand Equity on Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Coffee Bean & Tea Leaf or Maxx Coffee. *Economics, Business and Management Research*, 115(3), 293-298. doi:10.2991/aebmr.k.200127.060
- Sarwono, J. (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modelling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 10(3), 173-182.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2017). *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen* (Vol. 7). Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Setyamidjaya, D. (2000). *Teh: Budidaya dan Pengolahan Pascapanen*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Shahbandi, M., & Farrokhshad, H. (2021). Relationship between Customer Satisfaction and Customer Attitude and Loyalty According to the Mediating Variable of Customer Trust (Case. *International Business & Economics Studies*, 3(2), 001-018. doi:10.22158/ibes.v3n2p1
- Shams, S. (2014). Assessment of Consumers Loyalty and Switching Behavior: A Study on Selected Tea Brands in Bangladesh. *Philosophy and Progress*, 55(56), 180-205. doi:10.3329/pp.v55i1-2.26397
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *Jurnal Diversita*, 7(1), 114-120. doi:10.31289/diversita.v7i1.5190
- Snehaghai, & Ramawat, N. (2016). A Study of Consumer Perception and Preferences Toward Organic Tea in Delhi-NCR. *International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences*, 4(7), 101-110.
- Soedradjat, R. R. (2003). *Pengolahan Teh Hitam di Indonesia*. Gambung: Pusat Penelitian Teh dan Kina.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumiati. (2014). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen,. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 1(2), 110-123.
- Surya, A., & Setyaningrum, A. (2009). Analisis Persepsi Konsumen Pada Aplikasi Bauran Pemasaran serta Hubungannya terhadap LOyalitas Konsumen (studi Kasus Pada Hypermart Cabang Kelapa Gading). *Journal of Business Strategy and Execution*, 2(1), 13-39.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Susanto, A. H. (2013). The Influence of Customer Purchase Decision on Customer Satisfaction and It's Impact To Customer Loyalty. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1659-1666.
- Susanty, A., & Adisaputra, N. B. (2011). Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kecamatan Banyumanik Semarang. *J@TI Universitas Diponegoro*, 6(3), 147-154. doi:10.12777/jati.6.3.147-154
- Susila, B., Sumarwan, U., & Kirbrandoko. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Brand Switching Behavior Minuman Teh dalam Kemasan. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 7(3), 193-201. doi:10.24156/jikk.2014.7.3.193
- Tabanick, B. G., & L, S. F. (2007). *Using Multivariate Statistics 5th edition*. California: Pearson Education Inc.
- Taylor, S., & Hunter, G. L. (2002). The Impact of Loyalty with e-CRM Software and e-Service. *Int. J. Serv.Ind. Manage*, 452-474. doi:<https://doi.org/10.1108/09564230210447931>
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan Edisi 1*. Yogyakarta: Andy.
- Tompunu, M. M. (2014). Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di KFC Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 610-621.
- Towaha, J., & Balittri. (2013). Kandungan Senyawa Kimia pada Daun Teh (*Camelia sinensis*). *Warta Penelitian dan Pengembangan Tanaman Industri*, 19(3), 12-16.
- Tukiran, T., & Hidayati, M. (2011). *Penelitian Kuantitatif*. Purwokerto: ALFABETA.
- Waltner-Law, M. E., Wang, X. L., Hall, R. K., Nawano, M., & Granner, D. K. (2002). Epigallocatechin gallate, a constituent of green tea, represses hepatic glucose production. *The Journal of biological chemistry*, 277(38), 34933-34940. doi:<https://doi.org/10.1074/jbc.M204672200>
- Wang, C., & Li, Y. (2006). Research Progress on Property and Application of Theaflavin. *African Journal of Biotechnology*, 5(3), 213-218. doi:<https://doi.org/10.5897/AJB05.376>
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 607-618.
- Widding, R. (2007). *Consumer Behaviour*. Melbourne: Thomson Lern.
- Widiyanto, N. A., Adhi, A. K., & Daryanto, H. K. (2016). Atribut-Atribut yang Memengaruhi Sikap dan Preferensi Konsumen dalam Membeli Buah Apel di Kota Surabaya dan Kota Malang Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 6(2), 136-146. doi:<https://doi.org/10.24156/jikk.2016.9.2.136>
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 910-918.
- Willy, & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa terhadap Minal Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Berenergi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 65-74.





- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada LamunaCoffeedi Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 2(1), 15-26. doi:10.31227/osf.io/p8e5z
- Yang, C. S., & Landau, J. M. (2000). Effect of Tea Consumption on Nutrition and Health. *The Journal of Nutrition*, 130(10), 2409-2412. doi:<https://doi.org/10.1093/jn/130.10.2409>
- Yang, C. S., Wang, X., Lu, G., & Picinich, S. C. (2009). Cancer prevention by tea: animal studies, molecular mechanisms and human relevance. *Nat Rev Cancer*, 9(6), 429-439. doi:<https://doi.org/10.1038/nrc2641>
- Zakariyah, M. Y., Anindita, R., & Baladina, N. (2014). Analisis Daya Saing Teh Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*, 4(8).