

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. N. (2006). *Taklukkan Penyakit dengan Teh Hijau*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Bachdar, S. (2017). *Marketeers*. Diambil kembali dari <https://www.marketeers.com/teh-pucuk-harum-diadvokasi-anak-muda/>
- Cahyono, T. (2018). *Statistika Terapan & Indikator Kesehatan*. Sleman: Deepublisher.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Winniard, P. W. (1990). *Consumer Behavior, 6th Edition*. Chicago: The Dryden Press.
- Ferrinadewi, E., & Darmawan, D. (2004). *Perilaku Konsumen : Analisis Model Keputusan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Press.
- Foster, W. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Prenhalindo.
- Gebely, T. (2019). *List of Tea Producing Countries in the World*. Diambil kembali dari <https://www.killgreen.io/main/tea-producing-countries>
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 1-27.
- Huwaida, H. (2019). *Statistika Deskriptif*. Banjarmasin: Poliban Press.
- Iddo, B. R. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Teh Hijau Siap Minum di Yogyakarta Untuk Meningkatkan Pemasaran*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT Prenhalindo.

- Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lawshe, C. H. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity. *Personne Psychology*, 563-575.
- McCluskey, J. J., & Loureiro, M. (2003). Consumer Preferences and Wilingness to Pay for Food Labelling: A Discussion of Empirical Studies. *Journal of Food Distribution Research*, 34, 95-102.
- Meilani, Y. F., & Sahat, S. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14, 164-172.
- Monica, & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084-1096.
- Mukmina, T., Prameswari, R., Hapsari, R., Muflihati, I., & Affandi, A. (2019). Karakteristik Minuman Ready to Drink dengan Variasi. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 74-82.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugraheni, S., Yuniarti, R., & Sari, R. (2017). The Analysis of Supply Chain on Ready to Drink (RTD) Product Using House of Risk Method. *Journal of Engineering and Management Industrial System*, 5, 46-57.
- Oliver, R. L. (1997). Effect of Expectation and Disconfirmation on PostExposure Product Evaluation: An Alternative Interpretation. *Journal of Applied Psychology*, 480-486.

- Oliver, R. L. (1999). Whence Loyalty. *Journal of Marketing*, 33-34.
- Oliver, R. L. (2010). *Wiley International Encyclopedia of Marketing*. United Kingdom: Wiley.
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2016). Importance Performance Analysis Based SOT Analysis. *International Journal of Information Management*, 194-203.
- Pramelani. (2020). Faktor ketertarikan minuman kopi kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 121-129.
- Prameswari, B. (2009). *Hubungan Antara Customer Information Exposure, Product Knowlegde, dan Impulsive Purchasing Behavior Terhadap Minuman Ready To Drink (RTD) di Indonesia*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Purwanti, L., Dasuki, U., & Imawan, A. (2019). Perbandingan Aktivitas Antioksidan Dari Seduhan 3 Merk Teh Hitam (*Camellia Sinensis* (L.) Kuntze) Dengan Metode Seduhan Berdasarkan SNI 01-1902-1995. *Jurnal Ilmiah Farmasi Farmasyifa*, 19-25.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Rochaety, E. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana.
- Stenley, I. (2009). *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Coffee Shop Warung Kopi serta Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran*. Institut Pertanian Bogor, Bogor.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendro, J. (2012). *Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Produk Minuman Isotonik Merek Mizone di Kota Pekanbaru*. Universitas Riau.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tania, H. C. (2018). *Pengaruh Dari Promotional Mix Terhadap Niat Membeli Dari Industri Teh Kemasan Siap Minum (Studi Kasus: Teh Pucuk Harum Vs Frestea)*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*. Malang: Bayu Media.
- Top Brand Award. (2023, 5 27). *Metodologi Survey*. Diambil kembali dari Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/metodologi-survei>
- Warlop, L., Ratneshwar, S., & van Osselaer, S. M. (2005). Distinctive Brand Cues and Memory For Product Consumption Experiences. *International Journal of Research in Marketing*, 27-44.
- Zhang, L., Liang, S., Granato, D., Zou, C., Gao, Y., Zhu, Y., . . . Xu, Y.-Q. (2021). Processing technologies for manufacturing tea beverages: From traditional to advanced hybrid processes. *Trends in Food Science & Technology*, 431-446.