

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim<sup>1</sup>. 2020. *Matcha*. Diakses dari [google.trends.com](https://www.google.trends.com) pada 19 Januari 2020 pukul 13.45 WIB.
- Anonim<sup>2</sup>. 2020. *Top Ingredients on Beverages*. Diakses dari [Tastewise.io](https://www.tastewise.io) pada 20 Februari 2020 pukul 14.00 WIB.
- Anonim<sup>3</sup>. 2020. *Matcha Tea Market Size, Share*. Diakses dalam [grandviewresearch.com](https://www.grandviewresearch.com) pada 20 Februari 2020 pukul 14.10 WIB
- Agagunduz, D. 2020. *Determination of the total antioxidant and oxidant status of some galactagogue and herbal teas*. Journal of Food Science and Human Wellness.
- Astutiningsih, C., Setyani, W., dan Hindratna, H. 2016. *Uji Daya Antibakteri dan Identifikasi Isolat Senyawa Katekin Dari Daun Teh (Camellia sinensis var Assamica)*. Journal of Pharmaceutical Sciences and Community, No.11, Vol.2.
- Belisa, Nofrika. 2018. *Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram @Brosisdeal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Merchant Lokal Pekanbaru*. Jurnal JOM FISIP. Vol 5. No 1: 1-12.
- Berlina, Permatasari. 2020. *Impulsive Buying oleh Promosi Buy 1 Get 1 pada Pelanggan Kedai Kopi Bandar Lampung*. Dalam Jurnal Bisnis Darmajaya, 6(2), 27-36.
- Choi, Yoonkyung., Jeehyun Lee. 2019. *The effect of extrinsic cues on consumer perception: A study using milk tea products*. Journal of Food Quality and Preference. 71: 343—353
- Dietz, C., Dekker, M., dan Piqueras-Fiszman, B. 2017. *An intervention study on the effect of matcha tea, in drink and snack bar formats, on mood and cognitive performance*. Food Research International, 99, 72-83.
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media
- Hecker, Gordon., Pittarello, A., Shalvi, S., dan Roskes, M. 2020. *Buy-one-get-one-free deals attract more attention than percentage deals*. Journal of Business Research, 111, 128-134.
- Govon, DF. 2006. *Promotional Management*. Prentice Hall, Inc. New Jersey
- Hakim, Lukman N. 2013. *Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit*. Dalam Jurnal Aspirasi. Vol 4. No 2: 165-172.
- Hendri, Jhon, 2009. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Universitas Gunadarma

- Khizar, N., Farooqi, S., Rehmat, M., dan Naz, F. 2016. *Effect of integrated marketing communication components on brand awareness and customer loyalty in beverage sector*. Paradigms: A Research Journal of Commerce, Economics, and Social Sciences, 10(2), 64-73.
- Kotler, P., Wong, S., dan Armstrong, G. 2007. *Principles of Marketing, 12 th International Edition*.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2012. *Marketing Management. 14th edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Kurniati, D., Bintoro, V. P., dan Dwiloka, B. 2020. *Pengaruh Perendaman dalam Teh Hijau dan Teh Hitam terhadap Kadar Air, Kadar Lemak, Kadar Protein, dan Mutu Hedonik Telur*. Journal of Nutrition College, 9(3), 197-201.
- Lemeshow, S., David W., Hosmer J., Janelle K., dan Stephen K. 1997. *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. JOHN WILEY & SONS. Chichester.
- Luo, Kun., Chengmei Ma, Shaofang Xing. 2020. *White tea and its active polyphenols lower cholesterol through reduction of very-low-density lipoprotein production and induction of LDLR expression*. Journal of Biomedicine and Pharmacotherapy
- Naveed, M., BiBi, J., Kamboh, A. A., Suheryani, I., Kakar, I., Fazlani, S. A., dan Noreldin, A. E. 2018. *Pharmacological values and therapeutic properties of black tea (Camellia sinensis): A comprehensive overview*. Journal of Biomedicine & Pharmacotherapy .100: 521-531.
- Phongnarisorn, B., Orfila, C., Holmes, M., dan Marshall, L. J. 2018. *Enrichment of biscuits with matcha green tea powder: its impact on consumer acceptability and acute metabolic response*. Journal of Foods, 7(2): 17.
- Poerwanto, E. (2019). *Nilai Bisnis Kedai Kopi Tembus Rp4,8 Triliun*. Diakses dalam [bisniswisata.co.id](http://bisniswisata.co.id) pada 17 Januari 2020
- Pramelani. 2020. *Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda*. Dalam Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 1, No 1: 121-129.
- Prasetyo, Ristiayanti dan John J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pravitasari, Niraktriena., Zainul Arifin, M. Kholid. 2018. *Pengaruh Storytelling Marketing terhadap Brand Equity dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Video Iklan Esprecielo Allure Matcha Love Story)*. Dalam Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 57 No. 1

- Rashidi, B., Malekzadeh, M., Goodarzi, M., Masoudifar, A., dan Mirzaei, H. 2017. *Green tea and its anti-angiogenesis effects*. Journal of Biomedicine & Pharmacotherapy, 89, 949-956.
- Rosniawaty, S., Anjarsari, I. R. D., dan Sudirja, R., 2019. *Aplikasi sitokinin untuk meningkatkan pertumbuhan tanaman teh di dataran rendah*. Dalam Repositori Publikasi Kementerian Pertanian
- Schiffman, L. K., dan Kanuk, L. L. 2003. *Consumer Behavior*. International Edition.
- Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Setyamidjaja, D. 2000. *Teh Budidaya dan Pengolahan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sun, H., Chen, Y., 2018. *The modulatory effect of polyphenols from green tea, oolong tea and black tea on human intestinal microbiota in vitro*. Journal of Food Science and Technology, 55(1), 399-407.
- Sutarna, T. H., Alatas, F., 2016. *Pemanfaatan Ekstrak Daun The Hijau (Camellia sinensis) sebagai Bahan Aktif Pembuatan Sediaan Krim Tabir Surya*. Dalam Jurnal Ilmiah Farmasi, No.4(2), 32-35.
- Tunggadewi, Hapsari. 2015. *Korelasi tentang Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Membeli Batik di Kalangan Konsumen Batik Danar Hadi Surakarta*. Dalam Jurnal Bauran Komunikasi Pemasaran dan Keputusan Pembelian. Vol 1. No 1: Hal: 1-20.
- Todorova, G. 2015. *Marketing Communication Mix*. Dalam Trakia Journal of Sciences. Vol 13. No 1: 368-374.
- Unno, K., Furushima, D., Hamamoto, S. 2018. *Stress-reducing function of matcha green tea in animal experiments and clinical trials*. Journal of Nutrients, Vol.10, No.10
- Wasesa, S. A. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yan, Zaoming, et al. 2020. *Antioxidant mechanism of tea polyphenols and its impact on health benefits*. Journal of Functional Food. Vol.1: 115—123.
- Yohanes, Y., & Sari, W. P. 2019. *Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Loyalty Bar Kopi Seru*. Dalam Jurnal Manajemen Bisnis, 3(1), 299-304.



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Produk Matcha Latte Berdasarkan Preferensi Konsumen**  
DIKA REGITA CAHYANI, Dr. Henry Yuliando, STP., MM., M.Agr; Dr. Ir. Didik Purwadi, M.Ec97  
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Yuwono, S. S. 2015. *Tanaman Teh (Camellia Sinensis)*. Dalam <http://darsatop.lecture.ub.ac.id/2015/04/tanaman-teh-camellia-sinensis/> diakses pada tanggal 15 April 2020 pukul 20.30 WIB.