

DAFTAR PUSTAKA

- Adhy, S., Arifan, F., Mas'ud, A. K. A., Ahmad, Z., & Refi, M. (2019). Pelatihan Pembuatan Inovasi Variasi Olahan Teh Hijau, Pengujian Kandungan Flavonoid dan Antioksidan Variasi Olahan Teh Hijau di Desa Kaliprau. *Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian Kepada Masyarakat UNDIP-UNNES 2019*, 354–360.
- Arif, M. (2016). *Bahan Ajar Rancangan Teknik Industri*. Yogyakarta: Deepublish.
- Badan Litbang Pertanian. (2012). Mengenal Empat Macam Jenis Teh. Retrieved from <http://balittri.litbang.pertanian.go.id/index.php/berita/info-teknologi/159-mengenal-4-macam-jenis-teh>
- Barone, M J., Miyazaki, A D., & Taylor, K A. (2000). The Influence of Cause-Related Marketing on Consumer Choice: Does One Good Turn Deserve Another?. *Journal of the Academi of Marketing Science*, 28(2), 248-262.
- Bester, S., & Jere, M G. (2012) Cause-Related Marketing in An Emerging Market: Effect of Cause Involvement and Message Framing on Purchase Intention. *Database Marketing & Customer Strategy Management*, 19(4), 286-293.
- Besterfield, D. H., Besterfield-Michna, C., Besterfield, G. H., & Besterfield-Sacre, M. (1998). *Total Quality Management* (2nd Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Budi, T. P. (2006). *SPSS13.0 Terapan; Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Craig, T., Tafoya, H. R., & Chongstitwattana, P. (2016). *Cool Japan: Case Studies From Japan's Cultural and Creative Industries*. Ashiya: BlueSky Publisher.
- Daetz, D., Barnard, B., & Norman, R. (1995). *Customer Integration: The Quality Function Deployment (QFD) Leader's Guide for Decision Making*. New Jersey: Wiley.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa: Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Madura: Duta Creative.

- Harney, M. (2008). *The Harney & Sons Guide to Tea*. New York: The Penguin Press.
- Jaelani, E. (2012). Perencanaan dan Pengembangan Produk dengan Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 4(1), 1-19.
- Jeehyun, L., Chambers, D. H., & Chambers, E. (2013). A Comparison of The Flavor of Green Teas from Around The World. *Journal of The Science of Food and Agriculture*, 94(7), 1315–1324.
- Juharni. (2017). *Manajemen Mutu Terpadu*. Makassar: CV Sah Media.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th Editio). New York: Pearson Education Inc.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Nestle Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Humanis 2019*, 1(1), 510–525.
- Kusuma, O. S. D., & Indriyani, R. (2016). Strategi Pengendalian Kualitas Produk dengan Menggunakan House of Quality pada CV. Sumber Terang. *AGORA*, 4(1), 584–590.
- Lin, N. H. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention. *Journal International Management Studies*, 121–132.
- Liu, L. (2020). What is Bubble Tea?: Insider Secrets on Bubble Tea. Retrieved January 9, 2021, from <https://www.foodunfolded.com/article/what-is-bubble-tea-insider-secrets-on-bubble-tea>
- Lou, C. (1995). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. Boston: Addison-Wesley Publishing Company.
- Marimin. (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: Grasindo.

- Mufarrohah, U. (2016). Pengaruh Atribut Produk, Motif Hedonic, dan Motif Utilitarian terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Mustafa, A. (2016). Analisis Proses Pembuatan Pati Ubi Kayu (Tapioka) Berbasis Neraca Massa. *Agrointek*, 9(2), 118. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v9i2.2143>
- Oakland, J. S. (2003). *Total Quality Management* (3rd Edition). Oxford: Elsevier.
- Pannunzio, L. A. (2020). Matcha and Hojicha Powder: The Difference Between 2 Japanese Green Tea.
- Resnawati, H. (2020). Kualitas Susu Pada Berbagai Pengolahan dan Penyimpanan. In K. Diwyanto, Kusumaningsih, & Susilawati (Eds.), *Semiloka Nasional Prospek Industri Sapi Perah Menuju Perdagangan Bebas* (pp. 497–502). Bogor: Puslitbang Peternakan.
- Riawan. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Memanfaatkan Kekayaan Sumber Daya Alam di Desa Patik*. Kulon Progo: Unmuh Ponorogo Press.
- Ristanti, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026–1037.
- Santoso, F. (2016). *Kajian Perilaku Konsumen Mahasiswa dan Kinerja Atribut Produk Minuman Milk Tea “Maica” (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Lampung)*. Universitas Lampung.
- Santoso, S. (2005). *SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT Alex Media Komputindo.
- Shrivastava, R. R., Peteriya, P., & Singh, M. (2018). Green Tea - A Short Review. *International Journal of Indigenous Herbs and Drugs*, 3(2), 12–21.
- Somantri, R., & Tanti. (2011). *Kisah dan Khasiat Teh*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sugian, S. (2006). *Kamus Manajemen Mutu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sullivan, L. (2017). *Confidence Interval*. Boston: Boston University.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tan, H. R., Lau, H., Liu, S. Q., Tan, L. P., Sakumoto, S., Lassabliere, B., ... Yu, B. (2019). Characterisation of Key Odourants in Japanese Green Tea Using Gas Chromatography-Olfactometry and Gas Chromatography-Mass Spectrometry. *Food Science and Technology*, 108, 221–232.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Urban, G. L., & Hauser, J. R. (1993). *Design and Marketing of New Product*. New Jersey: Prentice Hall.
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi*. Malang: UB Press.
- Wibisono, G. (2013). *How to Creat World Class Company*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.