

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, T., & Wiwaha, A. (2019). *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Goodtea Di Gajahmada Plaza. 2*, 26–33.
- Angelia, D. (2022). *5 Minuman Kekinian Favorit Masyarakat, Ada Esteh Indonesia*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/5-minuman-kekinian-favorit-masyarakat-indonesia-2022-ada-esteh-indonesia-dd6f8>
- Anggita, S., Wafdannida, & Ariestya, A. (2023). *Strategi Pengembangan Waralaba : Kasus Bisnis Minuman ' Menantea ' Di Tebet*. 7(2), 844–854. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i2.4486/http>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Dihni, V. A. (2022). *5 Brand Minuman Teh Kekinian Indonesia yang Paling Banyak Dikonsumsi*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/ini-5-merek-minuman-teh-kekinian-paling-banyak-dikonsumsi-masyarakat>
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. R. (2018). *An examination of the factors affecting consumer ' s purchase decision in the Malaysian retail market*. 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2017-0034>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.).
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadaya, R. (2022). PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO NAZURAH HIJAB DI KUBANG TUNGKEK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA. *Jurnal Matua*, 4, No. 2.
- Manggalla, T. (2022). *Industri Kuliner di Indonesia Semakin Menjanjikan, IFGC*

- 2022 *Hadirkan Peluang Bisnis*. SindoNews. <https://lifestyle.sindonews.com/read/827545/185/industri-kuliner-di-indonesia-semakin-menjanjikan-ifgc-2022-hadirkan-peluang-bisnis-1657879653>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Merdeka, R. M. (2022). *Food and Beverage Service: Penjelasan Definisi Hingga Tugas-Tugasnya*. GreaDay. <https://greatdayhr.com/id-id/blog/food-and-beverage-adalah/>
- Noya, S. B., Mananeke, L., & Raintung, M. (2020). Pengaruh Komunikasi Mulut Ke Mulut, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baru Minuman Tea Break Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107–116.
- Oktavian, R. F., & Wahyudi, H. (2022). The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 379–392. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i2.1911>
- Petter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & ... (2021). Pengaruh Wom (Word of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 4(1), 61–72. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/10463%0Ahttps://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/10463/2900>
- Pratiwi, R. A., Juliati, R., & Sa'diyah, C. (2022). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions (Study on iPhone Smartphone Users in Malang City). *Jamanika*, 02(02). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.21963>
- Ramadhan, Y., & Budiarti, E. (2022). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Ramdhani, V. (2020). *Tawarkan Suasana Cozy, Rasa Kekinian dan Harga Murah, Es Teh Indonesia Jambi Menarik Kaum Milenial* Artikel ini telah tayang di *TribunJambi.com* dengan judul *Tawarkan Suasana Cozy, Rasa Kekinian dan Harga Murah, Es Teh Indonesia Jambi Menarik Kaum Milenial*,. Tribun News. <https://jambi.tribunnews.com/2020/12/05/tawarkan-suasana-cozy-rasa-kekinian-dan-harga-murah-es-teh-indonesia-jambi-menarik-kaum-milenial>

- Safira, R. A. (2022). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN* Rifka Alifia Safira Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Email : rifkaalifia19@gmail.com *KAJIAN PUSTAKA Kualitas Produk Menur.*
- Seo, S., & Kim, K. (2022). *Determinants of satisfaction with imported Asian pears in the US: moderating role of Korea ' s country image.* <https://doi.org/10.1108/IJOEM-09-2021-1394>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (22nd ed.). Alfabeta.
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2021). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Zulfaidah, R. (2021). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BUBBLE TEA (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MINUMAN SUWEGER DI KOTA SURABAYA.* 1–11.