

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Amilia, S., & Nst, O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6.
- Anisa Kurnia Sari. (2013). Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian HONDA BEAT, Vol.1 Nomor 1, Januari 2013. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Kampus Ketintang Surabaya 60231.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Fathudin, F, Z. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian, Kulon Progo
- Handayani, R. T. (2012). *Bauran pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan, Malayu. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketujuh Belas PT.Bumi Aksara, Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan. (2000). *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, Rachmad. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11 (1), 59-72
- Umar, Husein. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Indriyo Gitosudarmo & Agus Mulyono. (2000). *Manajemen Bisnis Logistik*, BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- \_\_\_\_\_. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi II*, PT Indeks Kelompok Jakarta : Gramedia.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15* Global Edition. Pearson
- Kotler, dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Levy, Michael & Weitz, Barton A. (2012). *Retailing Management*. New York, America: McGraw-Hill/Irwin
- Mowen dan Minor. (2012). *Perilaku Konsumen, Jilid 1, Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga.
- Priyanto, R. P. (2015). *Pengaruh Brand Image, Promosi, dan Distribusi Pada Keputusan Pembelian Speda Motor Vario (Studi kasus pada konsumen Taruna Adiprima Motor)*.
- Rachmad Hidayat. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11 (1), 59-72
- Robbins, Stephen P (2015). *Organizational Behavior. Pearson*. United State America. Edisi 16 .
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. (2013). *Consumer Behavior. 8th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Setyaningrum, Ari., Udaya, Jusuf., dan Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan Emarketing)*. Yogyakarta: Andi
- Setiadi, Nugroho J. (2011). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Siswanto, H.B. (2015), *Pengantar Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Situmorang, Syafrizal Helmi dan Muhammad Lutfi. (2012). *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunawan dan Sari, Anisa Kurnia. (2013). Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian HONDA BEAT, Vol.1 Nomor 1, Januari 2013. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Kampus Ketintang Surabaya 60231.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syihabuddin, I. (2019). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko ASK CELL PUSAT, Bandung
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi

**SUMBER LAIN**

<https://www.kompasiana.com/poseednachan/598039bfa208c0393a464472/ternyata-inilah-asal-usul-thai-tea-yang-belum-banyak-diketahui?page=all>