

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas.
- Anggraini, L. M., & Defrizal, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Lelang Barang Bekas.
- Auralia, M., Sumanto, B., & Wijayanti, I. K. E. (2023). Pola Konsumsi Dan Komponen Yang Dipertimbangkan Oleh Konsumen Teh Hitam Dan Teh Hijau Di Kecamatan Purwokerto Selatan.
- Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta.
- Erlangga, R., Tampi, J. R., & Kalangi, J. A. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi.
- Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gunawan, P., Prihatminingtyas, B., & Novitawati, R. A. D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan Di Pasar Tradisional Belimbing Kota Malang (Doctoral dissertation, Fakultas Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggaladewi).
- Handayani, A., Apriliani, L., & Astuti, D. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Makanan Dan Minuman Kekinian Untuk Generasi Z. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Indriyo Gutosudaro, Manajemen Pemasaran (2020)
- Kojongian, A. S., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2019. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I. Erlangga. Jakarta.

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Mundir, A., & Rahayu, A. A. (2022). Pengaruh bauran pemasaran 4p (produk, price, place, promotion) dan kualitas pelayanan berbasis syariah terhadap keputusan pembelian.
- Najla, N., Dewanthi, Y., & Permana, E. (2022). Strategi Mempertahankan Usaha Franchise Pada Minuman Mixue di Indonesia.
- Prasetia, H., Setiawan, A. A. R., Bardant, T. B., Muryanto, M., Randy, A., Haq, M. S., & Sulaswatty, A. (2020). Studi Pola Konsumsi Teh di Indonesia untuk Mendukung Diversifikasi Produk yang Berkelanjutan (A Study of Tea Consumption Pattern in Indonesia Toward Sustainable Product Diversification).
- Resti, H. (2022) dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Resti Optik Pekbaru”
- Sari, F. Y., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 (studi kasus pada Grandfather Coffeeshop Surabaya).
- Segoro, W., & Nugraha, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Teh Botol Sosro.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Sinuraya, A. Y. B., Rum, M., & Zuhriyah, A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Niu Green Tea Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2020). pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen memilih kafe (studi kasus pada konsumen blen. co café manado).
- Slamet, R., & Aglis, A. H. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. In Deepublish.

Sugiyono (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung :
Alphabet.

Wirapraja, A. *et al.* (2021). Manajemen Pemasaran Perusahaan. Medan: Yayasan
Kita Menulis.