

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019). Analisis Kualitas Produk, *Word of Mouth*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Progress Conference*. STIE Widya Gama Lumajang.
- Alfa, A.A.G., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen dengan *Structural Equation Modeling Partial Least Square*. *EureMatika*, 5(2) : 59-71.
- Ali, S., Ahmad, S.F., Hussain, S., Ibrahim, M., & Noreen, A. (2015). Impact of Product Packaging on Consumer Perception and Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 10(1) : 1-9.
- Alwi, M., Hamid, A., & Midesia, S. (2023). Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen dan Minat Berbelanja pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Langsa. *JIM : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1) : 39-62.
- Ambarwati, M., Sunarti., & Mawardi, M.K. (2015). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *JAB : Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1) : 1-7.
- Andini, A., & Sampurna, D.S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan *Word of Mouth* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen Produk Merek Louis Jeans di SSL). *Jurnal STEI Indonesia*, 1(1) : 1-21.
- Andriana, N.C., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1) : 198-208.
- Apriyanti, M.E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio E-Kons*, 10(1) : 20-27.
- Astutir, U.D., & Lestari, I. (2019). Dampak Pemasaran Online terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Tidar Magelang. *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen*, 1(1) : 1-7.
- Atmaja, R.E.D.D., Kurniawati, F., & Sayekti, A.A.S. (2018). Perilaku Konsumsi Teh di Kecamatan Wonosari Kabupaten Gunung Kidul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Masepi*, 3(2) : 1-18.
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan dan Non Keuangan terhadap Underpricing Harga Saham pada Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering* (Studi Empiris Perusahaan *Go Public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1) : 143-158.
- Bahri. (2018). Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Variabel Lokasi, Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Emosional, dan Disain Interior yang Berdampak pada Tingkat Pembelian. *Jurnal Maksipreneur*, 8(1) : 60-80.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. 1986. "The Moderator - Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research : Conceptual, Strategic, and

- Statistical Considerations". *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6) : 1173-1182.
- Bintarti, S., & Suwandy. (2021). Consumer Purchasing Decisions of Teh Pucuk Harum : Product Quality, Advertising and Brand Image. *The Management Journal of BINANIAGA*, 6(2) : 229-244.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Diakses dari <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/berapa-konsumsi-teh-per-kapita-di-indonesia>, pada 14 Oktober 2022.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2021). Volume Penjualan dan Nilai Penjualan Menurut Jenis Komoditi di PTP Nusantara IX (Persero) Tahun 2020. Diakses dari <https://jateng.bps.go.id/statictable/2021/04/12/2344/volume-penjualan-dan-nilai-penjualan-menurut-jenis-komoditi-di-ptp-nusantara-ix-persero-2020.html>, pada 4 Januari 2023.
- Benhardy, K.A., Hardiyansyah., Putranto, A., & Ronadi, M. (2020). Brand Image and Price Perceptions Impact on Purchase Intentions : Mediating Brand Trust. *Management Science Letters*, 10(1) :
- Cahyani, C.O., & Sutar. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap *Brand Image* dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(2) : 208-222.
- Cahyani, N.L., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen RM. Rindang 84 Cabang Pati). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3) : 329-335.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management (Strategy, Implementation and Practice) : Sixth Edition*. Edinburgh UK : Pearson Education Limited.
- Chamhuri, N., & Batt, P. (2015). Consumer Perceptions of Food Quality in Malaysia. *British Food Journal*, 117(3) : 1168-1187.
- Chandra, A.P., & Santoso, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya. *Jurnal AGORA*, 7(1) :1-5.
- Chen, L., Halepoto, H., Liu, C., Kumari, N., Yan, X., Du, Q., & Memon, H. (2021). Relationship Analysis among Apparel Brand Image, Self-Congruity, and Consumers' Purchase Intention. *Sustainability Journal*, 13(22) : 1-15.
- Chin, W.W. (2010). *Handbook of Partial Least Squares : Concepts, Methods, and Application in Marketing and Related Fields*. Berlin : Springer.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for The Behavioral Sciences*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Compas. Indonesia FMCG E-Commerce Report 2022. Diakses dari <https://compas.co.id/article/brand-teh-terlaris/>, pada 4 Januari 2023.
- Dayanti, R.M.A., Soeparto, A.W.H., & Sunu, D. (2021). Pengaruh Kemasan dan Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Bisnis Rintisan Sesari Base. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6(5) : 439-444.

- Dewi, A.G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal HUMANIS*, 1(2) : 173-189.
- Dewitayani., Sulaiman, M.I., & Widayat, H.P. (2019). Studi Pembuatan Teh Celup Daun Ruku-Ruku (*Ocimum tenuiflorum* L.) dengan Penambahan Bubuk Jahe sebagai Minuman Penyegar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, 4(1) : 510-516.
- Ermawati, A. (2018). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Purchase Decision* Produk United. *Jurnal AGORA*, 6(2) : 1-6.
- Fajria, F., Ethika, D., & Kusnaman, D. (2020). Analisis Kesiapan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Purwokerto dan Faktor yang Memengaruhi. *SEPA : Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 17(1) : 40-48.
- Farnesia, L., Roessali, W., & Santoso, S.I. (2017). Analisis Pengaruh Promosi dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Walini di Kota Bandung. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1) : 34-43.
- Farooq, S., Habib, S., & Aslam, S. (2015). Influence of Product Packaging on Consumer Purchase Intentions. *International Journal of Economics, Commerce, and Management Studies*, 3(12) : 538-547.
- Fasha, A.F., Robi, M.R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian melalui Minat Beli : Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1) : 30-42.
- Fatimah, A.A., & Soedarmadi. (2020). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Susu NaturSoya CV. Global Mandiri Sejahtera KanCa Purwodadi). *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(1) : 133-150.
- Fauziah, N., & Mubarak, D.A.A. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli : Studi pada Produk Kecantikan. *Jurnal IMAGE*, 8(1) : 37-44.
- Ferawati, F., Saadah., & Amrullah, A. (2019). Pengambilan Keputusan Konsumen pada Pembelian Beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1) : 1-16.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5th ed)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2016). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, H., Nurrachmi, I., Umiyati, H., Ariyanto, A., Putra, A.R *et al.* (2022). *Teori Marketing*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Fitria, A.V., Setiyani, R., & Lestari, R.D. (2022). Analisis Tipe Perilaku Konsumen dalam Membeli Teh Celup. *AGRISEMA : Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 1(2) : 49-58.
- Foster, B., Reyta, F., Johansyah, M.D., Nadeak, B., & Sormin, E. (2020). Peranan Desain Kemasan dan Branding dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan. *Jurnal Comunita Servizio*, 2(2) : 479-485.

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square : Edisi Kedua*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Hair, J.F *et al.* (2014). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New Jersey : Pearson.
- Haitao, N. (2022). The Role of Brand Image and Product Quality on Purchase Intention (Study Literature Review). *DJMS : Dinasti International Journal of Management Science*, 4(1) : 166-174.
- Halawa, D.A., & Dewi, L.K.C. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair dalam Kemasan Siap Minum Merek Ultra Milk di Kabupaten Badung-Bali). *Prospek : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1) : 1-6.
- Halim, R., & Hamzah, M.I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi sebagai Variabel Intervening pada Kosakata Apparel. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(1) : 13-23.
- Hariyadi, G.T. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi Bisnis*, 1(1) : 16-32.
- Haqiqi, N., & Adji, W.H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Perkebunan Sayuran Andritani Farm Kabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3) : 717-729.
- Herlambang, E.S., Hubeis, M., & Palupi, N.S. (2011). Kajian Perilaku Konsumen terhadap Strategi Pemasaran Teh Herbal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 6(2) : 143-151.
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). *Suluh Abdi : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2) : 84-89.
- Ibadurrahman., & Hafid, A. (2022). Pengaruh Citra Rasa, Harga, dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan di Kelurahan Sudian Raya, Kota Makassar. *JUEB : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2) : 1-9.
- Ikmanila, R., Mukson., & Setiyawan, H. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga terhadap Teh Celup di Kota Semarang. *Jurnal OPTIMUM*, 8(1) : 1-14.
- Indrasti, D., & Siliyya, F. (2021). Atribut Minuman Teh Kemasan Siap Minum yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen di Kabupaten Tegal. *Jurnal Mutu Pangan*, 8(2) : 70-79.
- Irwan., & Adam, K. (2015). Metode *Partial Least Squares* (PLS) dan Terapannya (Studi Kasus : Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains*, 9(1) : 53-68.

- Ivanko, B., & Tunjungsari, H.K. (2018). Pengaruh Kemasan terhadap Minat Beli Masyarakat dengan Kualitas sebagai Variabel Mediasi pada Produk “Legit”. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(6) : 53-59.
- Javed, S.A., & Javed, S. (2015). The Impact of Product’s Packaging Color on Customer’s Buying Preferences Under Time Pressure. *Marketing and Branding Research*, 2(1) : 4-14.
- Jayadi, F.V., & Wardana, I.M. (2021). Pengaruh Promosi dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh *Brand Awareness* (Studi pada Konsumen Bali *Square Pie* di Kabupaten Badung). *E-Jurnal Manajemen*, 10(12) : 1449-1468.
- Jonathan, G., & Anondho, B. (2018). Perbandingan Antara PLS SEM dan Analisis Faktor untuk Identifikasi Faktor Pengaruh Eksternal Proyek. *Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 1(2) : 123-132.
- Kapoor, S., & Kumar, N. (2019). Does Packaging Influence Purchase Decisions of Food Products? A Study of Young Consumers in India. *Academy of Marketing Studies Journal*, 23(3) : 1-16.
- Karundeng, N., Kalangi, J.A.F., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2) : 83-90.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (Global Edition) : 17th edition*. New Jersey : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P., Bowen, J.T., & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism : Sixth Edition*. London : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : PT Indeks.
- Kristanto, H., & Pudjoprastyono, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 30(2) : 11-19.
- Kurniawan, A., Sofyanty, D., Yusuf, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening pada Sepatu Bata di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(2) : 2441-2451.
- Kusnandar, V.B. (2021). *Solo Kota Terpadat di Jawa Tengah pada 2021*. Katadata Media Network. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/02/solo-kota-terpadat-di-jawa-tengah-pada-2021> pada 13 November 2022.
- Meli, N., Arifin, D., & Sari, S.P. (2022). Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Genusian Card. *SENAKOTA : Seminar Nasional Ekonomi dan Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Nusa Putra.
- Malichah, S., & Wiwoho, G. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser Word of Mouth (EWOM)* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Decision* dengan Minat Beli sebagai Variabel *Intervening*. *JIMMBA : Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 3(6) : 1139-1156.

- Maslakhah, I., & Sutopo, S. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan terhadap Citra Merek serta Preferensi Merek di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i UNDIP Konsumen AQUA). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4) : 397-411.
- Meriza, F., Lestari, D.A.H., & Soelaiman, A. (2016). Sikap dan Kepuasan Rumah Tangga Konsumen Teh Celup Sariwangi dan Sosro di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4(1) : 67-75.
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention (Case Study : The Agencies of Bono Brand Tile in Tehran). *JMEST : Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology*, 2(1) : 267-273.
- Muhtarom, A., Syairozi, M.I., & Rismayati, R.D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 16(1) : 36-47.
- Murti, W., & Yuliansyah, F.H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Implikasinya pada Kepuasan Konsumen *Smartphone* Xiaomi di Pusat Handphone PGC Cililitan. *Jurnal Manajemen FE UB*, 7(2) : 45-59.
- Mutsikiwa, M., & Marumbwa, J. (2013). The Impact of Aesthetics Package Design Elements on Consumer Purchase Decisions : A Case of Locally Produced Dairy Products in Southern Zimbabwe. *Journal of Business and Management*, 8(5) : 64-71.
- Müller, P., & Schmid, M. (2019). Intelligent Packaging in the Food Sector: A Brief Overview. *Journal Foods*, 8(1) : 1-12.
- Monecke, A., & Leisch, F. (2012). semPLS: Structural Equation Modeling Using Partial Least Squares. *Journal of Statistical Software*, 48(3) : 1-32.
- Nabilla, A.G., & Tuasela, A. (2021). Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Timika. *Jurnal Kritis Ekonomi*, 5(2) : 21-40.
- Nadiah, M., Ferichani, M., & Setyowati, N. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian Teh Tong Tji Siap Minum di Pasar Swalayan Kota Surakarta. *Jurnal AGRISTA*, 5(3) : 212-221.
- Nafilah, K., Widarko, A., & Suharto, M.K.A.B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(16) : 98-108.
- Natalia, E., Hoyyi, A., & Santoso, R. (2017). Analisis Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Publik Menggunakan Pendekatan *Partial Least Square* (PLS) (Studi Kasus: Badan Arsip dan Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Tengah). *Jurnal GAUSSIAN*, 6(3) : 312-322.
- Norsita, D.I., & Revulaningtyas, I.R., & Wijanarti, S. (2021). Pengaruh Kemasan Produk Minuman Coklat Banjaroyo terhadap Minat Beli. *AGROINTEK : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 15(2) : 469-476.
- Nugroho, Y.W. (2019). Aplikasi Ilustrasi Karakter Punakawan pada Kemasan Teh Celup. *Jurnal ARTIKA*, 4(1) : 1-16.

- Nurjaya, N., Sunarsi, D., Effendy, A. A., Teriyan, A., & Gunartin, G. (2021). Pengaruh Etos Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kota Bogor. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(2), 172.
- Pinem, M. (2014). Analisis Pertumbuhan dan Persebaran Penduduk Provinsi Sumatera Utara berdasarkan Hasil Sensus Penduduk Tahun 2010. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1) : 1-7.
- Pramudita, A.I., Widiharih, T., & Santoso, R. (2020). Penerapan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bisnis (Studi Kasus Kafe di Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Banyumanik pada Januari 2019). *Jurnal Gaussian*, 9(2) : 122-134.
- Prasetyo, B.D. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang : UB Press.
- Prastiwi, N.D. (2016). The Influence of Brand Image and Lifestyle on Purchasing Decisions of Starbucks Reserve Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3) : 1-17.
- Pratama, Y. (2019). Analisa Penentu Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Online (pada Masyarakat Jabodetabek). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1) : 26-35.
- Purwati, A., & Cahyanti, M.M. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1) : 32-46.
- Puspita, C.M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3) : 268-275.
- Putley, Z., Lesnussa, Y.A., Wattimena, A.Z., & Matdoan, M.Y. (2021). *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1) : 1-13.
- Putra, Y.P., Purwanto, H.M., & Sulistiyowati, L.N. (2022). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel *Intervening*. *Management and Business Review*, 6(1) : 69-80.
- Putro, S.W., Samuel, H., & Brahmana, R.K.M.R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1) : 1-9.
- Rahastine, M.P. (2018). Analisa Makna Desain Kemasan pada Produk Teh di Indonesia. *E-Journal BSI*, 9(1) : 72-78 dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Ramadhani, F., Barokah, U., & Sutrisno, J. (2020). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Teh di Kabupaten Sukoharjo. *Agrisaintifika : Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1) : 21-29.

- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau. *Jurnal MARWAH*, 14 (2) : 1-26.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 3(1) : 1-20.
- Rochaida, E. (2016). Dampak Pertumbuhan Penduduk terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Keluarga Sejahtera di Provinsi Kalimantan Timur. *Forum Ekonomi : Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 18(1) : 14-24.
- Rosaliza, M. (2015). Wawancara , Sebuah Interaksi Komunikasi dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, 11(2) : 71-79.
- Sandjaja, I.E., & Purnamasari, D. (2017). Perancangan Kuesioner Survei Galangan. *Technology Science and Engineering Journal*, 1(1) : 27-33.
- Santoso, S. (2014). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo : Umpo Press.
- Sari, S.P. (2020). Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen. *Psikoborneo : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1) : 147-155.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS SEM)*. Yogyakarta : Penerbit ANDI OFFSET.
- Satria, A.A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1) : 45-53.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior (10th ed)*. New Jersey : Pearson Education.
- Setiabudi, M.U., Parera, W.B., & FarFar, R.A. (2013). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Segar (Studi Kasus Hypermart Ambon City Center Kota Ambon). *Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 1(4) : 25-40.
- Sijabat, R. (2020). Analisis Peran Mediasi Harga terhadap Asosiasi *Country of Origin, Perceived Quality*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 17(1) : 57-80.
- Sinaga, O.S., Irianto, H., & Widiyanti, E. (2017). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rumah Teh Ndoro Donker Kemuning). *AGRISTA*, 5 (1): 79-88.
- Silaban, S.E.S., Marsaulina, I., & Cahaya, I.S. (2013). Analisis Kandungan Klorin pada Air Teh Celup berdasarkan Suhu dan Waktu Pencelupan Tahun 2013. Jurusan Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatra Utara.
- Sitompul, R.T., Listiyani., & Suswatiningsih, E. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Teh Seduh di Kabupaten Sleman, Provinsi DIY. *JURNAL MASEPI*, 3(2) : 1-18.
- Soim, F.M., Suharyono., & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos). *JAB : Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(1) : 146-153.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suhardi, D.A. (2010). Beberapa Konsekuensi Situasi Mediasi Sempurna pada Struktur Korelasi, Kontribusi Mediator, dan Ukuran Sampel. *Jurnal Matematika, Sains, dan Teknologi*, 10(1) : 10-29.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sunardi, P.M., Sari, P.R., & Cahyani, R. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian melalui Minat Beli : Kualitas Produk dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *JIMT : Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3) : 302-315.
- Sundari, Y., Harisudin, M., & Agustono. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli di Pasar Swalayan Kabupaten Wonogiri. *SEPA : Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 15(1) : 39-49.
- Supriyadi., Wiyani, W., & Indra, G.K.N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1) : 74-85.
- Surya, S., Gusriani, N., & Irianingsih, I. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi *Brand Loyalti* Gojek dengan Efek Mediator Menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). *Jurnal Matematika Integratif*, 16(2) : 127-137.
- Susi, Y.C., & Hakim, H.M.A. (2018). Consumer Preference Level on Cinnamomum burmanii Tea with Analytic Hierarchy Process Method. *Tropical Wetland Journal*, 4(1) : 8-16.
- Świtła, M., Reformat, B., Gamrot, W., & Bilińska, K. (2018). The Influence of Brand Awareness and Brand Image on Brand Equity – An Empirical Study of Logistics Service Providers. *Journal of Economics and Management*, 33(3) : 96-119.
- Syamsurizal., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Rocket Chicken Kota Bima. *Jurnal BRAND*, 2(2) : 177-183.
- Thamrin, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Tjokroaminoto, J., & Kunto, Y.S. (2014). Analisa Pengaruh Brand Image dan Company Image terhadap Loyalitas Retailer : Studi Kasus PT Asia Paramita Indah. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 2(1) : 1-11.
- Top Brand Award. (2022). Diakses dari https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=tong%20tji pada 28 Juni 2022.
- Utami, A.B., Hamid, F.Z., & Mawarta, O.S. (2015). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di D’Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat. *Epigram : Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora*, 12(2) : 91-98.
- Vachel, J., & Radianto, W.E.D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada

- Jus Buah Depot Salmon di Surabaya). *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(5) : 700-707.
- Waheed, S., Khan, M.M., & Ahmad, N. (2018). Product Packaging and Consumer Purchase Intentions. *Market Forces College of Management Science*, 13(2) : 97-114.
- Wang, Y.H., & Tsai, C.F. (2014). The Relationship Between Brand Image and Purchase Intention : Evidence from Award Winning Mutual Funds. *The International Journal of Business and Finance Research*, 8(2) : 27-40.
- Wardhani, N.I.K. (2012). Analisis Kualitas Produk dan Harga dalam Meningkatkan Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan pada Minuman Sari Buah Frutang. *Jurnal NeO-Bis*, 6(1) : 1-11.
- Willy., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2) : 65-74.
- Winoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi dengan Strategi Promosi. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12) : 1566-1575.
- Yanti, Z., & Murtala. (2019). Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, dan Tingkat Pendidikan terhadap Konsumsi Rumah Tangga di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 8(2) : 72-81.
- Yeo, S.F., Tan, C.L., & Lim, K.B. (2020). Product Packaging : Impact on Customer's Purchase Intention. *International Journal of Business and Society*, 21(2) : 857-864.
- Yunita, E., Sudarma, I.M., & Dewi, I.A.L. (2017). Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus pada Konsumen Tiara Dewata Group di Kota Denpasar). *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 6(4) : 543-552.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit di Kota Bandung. *Jurnal LONTAR*, 6(1 (65)) : 43-57.
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 3(1) : 58-62.
- Zhao, X., Lynch, J.G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths About Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2) : 197-206.
- Zulfi, J., Kusnandar., & Qonita, R.A. (2018). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Kopi Instan White Coffee di Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. *SEPA : Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 14(2) : 159-166.