

DAFTAR PUSTAKA

- Fasya D, R. K. (2021). *PENGARUH KEMASAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MIE INSTAN INDOMIE (Survei Pada Mahasiswa/i Universitas Perjuangan Tasikmalaya)*. 2(2), 167–176.
- Hari Subagyo W, C. F. R. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA DI KELURAHAN PABUARAN BOGOR*. 14(1).
- Hartini, Ni Kadek Novi Dwiyantri, N. M. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH KEMASAN SIAP MINUM MEREK TEH PUCUK HARUM DI DALUNG*. 3(1), 66–76.
- Khabibi N. (2020). *PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK SANTRI Nasyarudin Khabibi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 9, 1–15.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Maulidiatul Maghfiro, Tri Palupi Robustin, A. F. (2023). *Pengaruh Harga , Promosi , dan Kualitas Prodek Terhadap Keputusan Pembelian Lezza Chicken Nugget di Toko Berkah Abadi Lumajang*. 415–423.
- Nafsyiah H, Ula Ananta Fauzi R, S. H. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Skincare Skintific (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun)*. September.
- Partiwi, A., Arini, E., & Bengkulu, U. M. (2021). *PENGARUH KEMASAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 2008, 77–87.
- Pratama Indrianto A. (2021). *Pengaruh citra merek , kualitas produk , dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek ades di yogyakarta*. 18(2), 223–230.
- Rischa Juliana, I Ketut Surabagiarta, E. P. (2021). *Pengaruh kemasan & harga terhadap keputusan pembelian minuman coffee di cafe cyclo sidoarjo*. 2(1), 185–193.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022).

Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (21st ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). In *Cetakan ke Tujuh*. CV. Alfabeta.

Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Wardhanie, A. P. (2019). *Marketing*. 194: Graha Ilmu.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi* (A. Cristian (ed.); I. Andi Offset.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta. CV Andi.

Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi 2, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Sandu Siyoto, SKM, M. K., dan M. Ali Sodik, M. a. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka

Paramita, R. W. D., dan Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*. Yogyakarta: Azyan Mitra Media

Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*.
<http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>

Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif (Kelima)*. Unit Penerbit dan Percetakan Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Philip (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga

JF, E., RD, B., & Miniard. (2010). *Perilaku Konsumen*.

- Imam Ghazali, M. (2020). *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. 174: Yoga Pratama.
- Firdaus dan Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Sleman : CV Budi Utama.
- Fawzi Marissa, dkk (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Fanndy, T. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2 Yogyakarta: Andi.
- Fasya D, R. K. (2021). *PENGARUH KEMASAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MIE INSTAN INDOMIE (Survei Pada Mahasiswa/i Universitas Perjuangan Tasikmalaya)*. 2(2), 167–176.
- Hari Subagyo W, C. F. R. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA DI KELURAHAN PABUARAN BOGOR*. 14(1).
- Hartini, Ni Kadek Novi Dwiyantri, N. M. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH KEMASAN SIAP MINUM MEREK TEH PUCUK HARUM DI DALUNG*. 3(1), 66–76.
- Khabibi N. (2020). *PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK SANTRI Nasyarudin Khabibi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 9, 1–15.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Maulidiatul Maghfiro, Tri Palupi Robustin, A. F. (2023). *Pengaruh Harga , Promosi , dan Kualitas Prodek Terhadap Keputusan Pembelian Lezza Chicken Nugget di Toko Berkah Abadi Lumajang*. 415–423.
- Nafsyiah H, Ula Ananta Fauzi R, S. H. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Skincare Skintific (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun)*. September.
- Partiwi, A., Arini, E., & Bengkulu, U. M. (2021). *PENGARUH KEMASAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 2008, 77–87.
- Pratama Indrianto A. (2021). *Pengaruh citra merek , kualitas produk , dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek ades di yogyakarta*. 18(2), 223–230.

- Rischa Juliana, I Ketut Surabagiarta, E. P. (2021). *Pengaruh kemasan & harga terhadap keputusan pembelian minuman coffee di cafe cyclo sidoarjo*. 2(1), 185–193.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (21st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. In *Cetakan ke Tujuh*. CV. Alfabeta.

