

DAFTAR PUSTAKA

- Ahira, P., & Kurniasari, I. H. (2023). Analisa Citra Merek Produk Es Teh Indonesia Gunung Putri. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 292-298.
- Aldova, A., & Purwanto, H. (2023, September). Pengaruh Merek, Kemasan, Dan Promosi Terhadap Minat Membeli Pada Richeese Factory Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Alma.B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alyani, N. (2021). Pengaruh Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Tahun 2017-2018 *Home Industry Cutecake* Jl. Nyai Enat Palangka Raya. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah
- Annur, C. M. (2024). Indonesia Merajai Pasar Minuman Teh di Asia Tenggara 2023. *Databoks*, 2023, 3–4. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/14/indonesiamerajai-pasar-minuman-teh-di-asia-tenggara-2023>
- Apriliani, N. E. (2020). Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli pada Wuling Motors dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Mediasi. *Prosiding Unimus Vol 02*.
- Arif, D. (2022). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Pakan Burung. *Jurnal Ecopreneur. Vol 05 No. 01*
- Darmawan, D. 2017. Pengaruh Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik, *Jurnal Agrimas*, 1(1), 1-10.
- Eddy. (2019). *Hak Kekayaan Intektual Suatu Pengantar*, Ctk. Ketujuh, PT. Alumni, 2013, Bandung,
- Febriyanti, H (2022). Pengaruh *Word of Mouth* dan Promosi *Online* terhadap Minat Beli Masyarakat pada Usaha Makanan *Online* Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan. *Vol 01 No. 02*
- Ferdinand. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman ... Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang. Vol. 4.No.1*
- Fitria, A. dan Imam Hidayat. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.Vol. 6. No 4*

- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Fitriana, E. (2022). Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Produk Masker Wajah Sariayu di Toko Makeupuccino Bandung *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 02 No.02*
- Fittrianis, I. N. (2021). Pengaruh Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Produk Komedik Wardah Di Tulungagung. *Skripsi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*.
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71-82.
<http://ejournals.umma.ac.id/index.php/point/article/view/880>. Diakses
- Hamdani dan Rambat Lupiyoadi. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.8
- Hindun, Maimunah dan Tim. (2021). *Teknologi Pengemasan Dan Penyimpanan*, Malang: UB Press
- Jaiz, M. (2020). *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Indraswati, D. 2019. Pengemasan Makanan. Forum Ilmiah Kesehatan (FORIKES). Ponorogo.
- Kinney, T.C. and J. R. Taylor. (2018). *Riset Pemasaran*. (Terjemahan oleh Thamrin). Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. (2018). *Marketing Managemen*. (edisi 14). *Global edition:Pearson Education*.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, P. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran Principles of Marketing*. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Erlangga
- Kurniawati, D. A. (2021). Pengaruh Merek, Kemasan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Membeli Pada Bluder Cokro Kota Madiun. *Jurnal Manajemen. Vol 04 No. 2*

- Kusumawati, D., & Fuadi, F. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Produk Es Teh Cup Jumbo. *Serat Acitya*, 13(1), 22-37.
- Muflihah, O. N., Susanto, H., & Fitrianti, D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Merek ADES. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 353-362.
- Ningsih, Tri Lestari. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Perencanaan Usaha Jumbo Startea Dari Aspek Pasar Dan Lokasi Usaha. *Neomarketing Journal*. Pascajayabaya Universitas Jayabaya
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi *Social Commerce* Usaha Bro Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136-149.
- Oktaviani, S., & Nurlinda, R. A. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Viral Marketing* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Customer Trust* Produk Es Teh Indonesia. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, 2(02), 92-122.
- Prasetyo, Bambang D. dkk. (2020). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*, Malang: UB Press.
- Priansa, Donni J. 2019. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia
- Priansa, Donni J. 2019. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Purwanti, L., Nuzula Agustin, I., Lestari, M., & Nur Arafah, N. (2023). Analisa Pengaruh *Promotion, Price, Brand Image, E-Wom, Product Quality* Terhadap *Purchase Decision* Pada Konsumen Chatime Kota Batam. *Jurnal EK&BI*, 6, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v6i1.798>
- Putra, V. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Remile. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 4, Oktober 2021*
- Putri, A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Legalitas Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Es Teh Poci (Studi Kasus Pada Konsumen Es Teh Poci Di Cabang Bojong, Kabupaten Pekalongan)* (Doctoral dissertation, UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Putro, H. S., Fatmawati, S., Purnomo, A. S., Rizqi, H. D., Martak, F., & Nawfa, R. (2022). Peningkatan Nilai Produk dan Pendampingan dalam Proses Sertifikasi Halal untuk UMKM di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo. Segawati. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i3.131>

- Qohhar, D., & GS, A. D. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan *Product Quality* Kopi 2in1 Terhadap *Customer Satisfaction*. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 1-8.
- Ramadhina, A. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen Volume 01 No 1 Tahun 2022*
- Rangkuti, Freddy. (2020). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Reza, Pahlevi. 2023. Es Teh Indonesia, Bahas Lengkap Fakta Tentang Es Teh Indonesia. Vectornesia.com <https://vectornesia.com/es-teh-indonesia/#>
- Riyanto, J., Muchayatin, M., & Cahya, S. D. (2023). Pengaruh Desain Kemasan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Kota Semarang). *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 7(1), 1-11.
- Rosandi dan Sudarmanto. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*.
- Saidin. (2020). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual, Ctk. Kesembilan*, PT. Raja Grafindo Persada, 2015, Jakarta,
- Saladin, S. (2020) *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mandar Maju
- Samodro. (2018). Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Makanan Dan Minuman Oleh-Oleh Di Tempat Destinasi Wisata Melalui Kajian Tanda Pada Desain Kemasan. *Jurnal Widyakala* 5(1): 66-76
- Santi, N. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Mardhatillah Hijab Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 02 No. 02*
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2019). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson. Prentice Hall.
- Stanton (2019) *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu,

- Sugiyanto, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Minat Beli Pada Restoran Cepat Sajidi Jakarta. *The 1st LP3I National Conference of Vocational Business and Technology (LICOVBITECH) 2022*
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: AlfaBeta.
- Sukma, D. R. A., Putra, H. B., & Sutejo, B. (2023). Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal Oleh Konsumen Muda. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 833–851. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5785>
- Surachman. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Susanti, I. dan Handayani, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Batik Jetis Sidoarjo. *Vol 01 No. 01*
- Sutanto, E. M., & Yulandari, A. (2020). Sugiarti Strategi Promosi Dan Strategi Pengemasan Roduk Dalam Rangka Meningkatkan Tingkat Penjualan Pada Usaha *Home Industry* Di Kelurahan Kadipiro Banjarsari Surakarta. *Dimas Budi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Setia Budi*, 2(2), 1-8.
- Swastha, Basu dan T. hani Handoko. (2019). *Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), 31-42.
- Tendra, F. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, promosi, dan kemasan terhadap minat beli produk ma bruschetta. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 4, Oktober 2020*.
- Tjiptono, F. (2021). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- Widyaningrum, M. A. (2021). Pengaruh citra merek dan kemasan terhadap minat beli produk. *Jurnal Manajemen Vol 13 No. 03*