

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah* . Bandung: Satu Nusa.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. Jakarta: Penerbit Erlangga .
- Cashman, S. (2007 ). *Discovering Computer*.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: PT Flexmedia Komputindo.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2016). *Social Marketing : Changing behaviors for good*. Los Angeles: SAGE.
- Shahid, M., Bilal, A., & Majid, F. (2016). Get Your Advertisement Noticed; Impact of Emotional Advertisement on Consumer Buying Intention in the Presence of Consumer Emotion Management. *Research Journal of Recent Science* , 5, 43.
- Nagarathinam, N., & Subramanian, D. C. (2019). A Study on Consumer Purchase Intention Towards The Green Marketing with Special References to FMCG Products in Pudukkottai Town. *A Journal of Composition Theory* , XII (IX), 1387 - 1395.
- Laurentia, Ardianto, E., & Damayanti, T. (2012). Hubungan antara Pesan "Hadiah Wisata Belanja" Kampanye Media Sosial Es Krim Magnum dan Minat Beli Followers @MyMagnumID Pada Brand Magnum. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran* , 1, 1-13.
- Badaruddin, N. (2019). Pengaruh Daya Tarik Transit Advertising dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Berbelanja di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Yang Mengetahui E-commerce Shopee . *Jurnal Ilmu Manajemen* , 16, 1-9.
- Amelia, S. R., Kardinal, & Megawati. (2016). Pengaruh Daya Tarik Iklan & Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Mahasiswa STIE MDP) . *Pengaruh Daya Tarik Iklan & Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Mahasiswa STIE MDP)* , 1-14.
- Shahid, M., Bilal, A., & Majid, F. (2016). Get Your Advertisement Noticed; Impact of Emotional Advertisement on Consumer Buying Intention in the Presence of Consumer Emotion Management. *Research Journal of Recent Science* , 5, 43-47.
- Josephine, C. C. (2006). Virtual Experimental Marketing on Online Purchase Intention. *Proceedings of the 11th Annual Conference of Asia Pasific Decision Sciences Institute* .
- Kinney, T. C., & Taylor, J. R. (1995). *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Andespa, R. (2011). Minat Beli, Learning is Never Ending Process.
- Chi, H. K. (2009). The Impact of Brand Awareness on Customer Purchase Intention: The Mediating Effect of Received Quality and Brand Loyalty . *The Journal of International Management Studies* , 4.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2001). *Consumer Behavior. Seven Edition* . New Jersey: Prentice Hall, Inc. .
- Lidyawati. (1998). Hubungan Antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif . *Skripsi* .
- Lwin, M., & Aitchison, J. (2005). Clueless In Marketing Communications . In M. Lwin, & J. Aitchison, *Clueless In Marketing Communications* (p. 5). Jakarta : PT Bhuana Ilmu Populer (Kelompok Gramedia) .

- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Sulaksana, U. (2004). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sangaji, & Sopinah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. In F. Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (pp. 59-60). Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel Di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal EBANK*, 6.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensi Citra Merek dalam Perspektif Komunikasi Merek. *Jurnal Komunikasi*, 2.
- Gregory, A. (2004). *Public Relations in Practice*. London and Sterling, VA: The Institute of Public Relations.
- Chaffey, D., R., M., K., J., & E., C. F. (2000). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Saladin, D. (2006). *Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat*. Bandung: Linda Karya.
- Soemanagara, R. (2006). *Strategi Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Monroe, A. C. (2005). *Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Imperical Investigation in Specialty Chemical*. Industrial Marketing Management.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Swastha, B. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Pride, W., & Ferrell. (2012). *Marketing* (Vol. 16). Cengage Learning.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Sufa, F. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap. 41.
- Akdon, & Riduwan. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Dewa, N. K. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus StarOne di Area Jakarta Pusat). xliii.
- Krisyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cooper, D. R., & Emory, W. (1995). *Business Research Methods*. Richard D Irwin, Inc.
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2.

- Hadi, S. (1989). *Metodologi Research: Untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis, dan disertai Jilid 1 / Sutrisno Hadi*. Yogyakarta: Andi.
- Koentjaraningrat. (1983). *Metode - metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Russel, B. H. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian / Mohammad Nazir*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Nawari. (2010). *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Arifin, Z. (2012). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujarweni, W. V. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Andreason, R. E., Tahtam, R. L., & Black, W. C. (2006). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 2.0*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (Vol. 5th Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Vol. Edisi 12). Jakarta: Indeks.
- Sekaran. (2006). *Reserach Mehtods For Business Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryowati, E. (2019, November 12). *Konsumsi Melandai, Industri Mamin di Proyeksi Tumbuh 8 Persen*. Retrieved from JawaPos.com: <https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/12/11/2019/konsumsi-melandai-industri-mamin-diproeksi-tumbuh-8-persen/>
- Kementerian Perindustrian. (2019, Februari 18). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <https://kemenprin.go.id/artikel/20298/ghs?>
- Ulya, F. N. (2020, Februari 5). *Turun, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2019 Hanya 5,02 Persen*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/02/05/123815226/turun-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-hanya-502-persen?page=all>
- Pusparisa, Y. (2019, 12 20). *Minuman Kemasan, Konsumsi Favorit Masyarakat Urban Indonesia*. Retrieved from Databoks: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)
- PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. (2018). *Laporan Tahunan*.
- PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. (2020). *Teh Kotak*. Retrieved from Tehkotak.com: <http://tehkotak.com/website/about-us/#modal-two>

- Nielsen. (2018, 05 09). *Riuh Rendah Kompetisi Pelepas Dahaga*. Retrieved from Nielsen Web Site: <http://www.nielsen.com/id/en/insights/article/2018/riuh-rendah-kompetisi-pelepas-dahaga/>
- Satu, B. (Director). (2020). *Fakta Data: Industri Makanan Minuman di Tengah Corona* [Motion Picture].
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Seventeenth Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th edition*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing 14th*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hongdiyanto, C. (2019). Product Quality Analysis on Pearly's Consumer Satisfaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* , 803.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Razak, I. (2016). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value. *Journal of Marketing and Consumer Research Vol. 30* .
- Purwaningdyah, S. S., M. H., M. S., Dora, Y. M., & Aji, D. M. (2018). The Quality of Service Affect Loyalty Through Customer Satisfaction as Intervening Variables in Indonesian Zalora. *International Journal of Engineering & Technology* , 299-301.
- Dewi, K. N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Dunkin' Donuts di Surabaya dan Sidoarjo). *Bisnis dan Manajemen - Volume 9 No.1* .
- Sari, H. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 6 No. 1* .
- Djumarno, Anjani, S., & Djamaluddin, S. (2018). Effect of Product Quality and Price on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)* , 14.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management 14th ed*. New Jersey: Pearson Education In.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Edisi ke 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business. A Skill Building Approach. Seventh Edition*. New York: John Wiley & Sons Ltd.
- Azwar, S. (2005). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, I. (2008). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hill, N., & Alexander, J. (2000). *Handbook of customer satisfaction and loyalty measurement 2nd Edition*. Gower Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Wibisono. (2005). *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler. (2002). *Marketing Management, Millenium Edition*. New Jersey: Pearson Custom Publishing.
- Chandra, G., & Tjiptono, F. (2004). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing* .
- kkbi.web.id. (2019). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI)*. Retrieved from kkbi.web.id: <http://www.kkbi.web.id>
- Retherford, R. D. (1993). *Statistical Models For Casual Analysis*. Honolulu, Hawaii: East-West Center.
- David, G. (2003). *Aplikasi Amos*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Utama.