

DAFTAR PUSTAKA

- Agum, M. W., Zaidan, M. N., & Hidayat, S. (2024). Analisis Persaingan Antara Brand Teh Pucuk Harum Dan Teh Botol Sosro. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi | JIMBE*, 1(4), 369–376. <https://malaqbipublisher.com/index.php/JIMBE>
- Aini, A. I., A, K., & Sari, D. D. R. (2022). Penetapan Harga Hasil Perikanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Tempat Pelelangan Ikan (Tpi) Muncar Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(2), 73–91.
- Ardiyansyah, N., & Purnama, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1), 323–345. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.90>
- Bakar, N. A., & Rosbi, S. (2020). *Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4), 189–193. <https://doi.org/10.22161/ijaers.74.23>
- Bekti, P. S., & Wahyudi, A. (2022). Utilitas Konsumen Muslim. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 853–866. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.742>
- Delfitriani, D., Uzwatania, F., Maulana, I., & Ariyanto, D. (2023). Pengembangan Konsep Desain Kemasan Produk Lealoe dengan Pendekatan Kansei Engineering. *Jurnal Agroindustri Halal*, 9(2), 229–237. <https://doi.org/10.30997/jah.v9i2.7465>
- Delia, D. A., Hidayati, Q., & Winario, M. (2025). Teori Permintaan Dalam Ekonomi Islam: Prinsip, Konsep, Dan Implementasi. *Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.69693/mjrs.v2i1.112>
- Delistavrou, A., Papaioannou, E., & Assimakopoulos, C. (2022). Consumers'

- decision to purchase online ecological personal care products: a moderated TPB model. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 17(2), 34–47. <https://doi.org/10.69864/ijbsam.17-2.166>
- Dwiyanti, N. K. N., & Hartini, N. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kemasan Siap Minum Merek Teh Pucuk Harum Di Dalung. *Journal Research of Management*, 3(1), 1–11. www.topbrand-award.com
- Farahan, F. O., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Mie Gacoan Di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(16), 263–275.
- Fauzi, A., Andriani, V., Febrian, A. Z., Apriyana, G., Sella, B. S., Akbar, R. A., & Fadillah, M. F. (2023). Pengaruh Meningkatnya Harga Cabai Terhadap Permintaan Dan Penawaran Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bsinis*, 3(1), 73–79.
- Fauziah, A. (2025). Pembelajaran Berbasis Studi Kasus : Analisis Pengaruh Kemasan , Merek , dan Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian Teh Pucuk Jember 2024. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian Dan Inovasi*, 5(1), h. 28. <https://doi.org/10.59818/jpi.v5i1.1095>
- Firmansyah, D., Hari Mulyadi, & Dwinanto Priyo Susetyo. (2023). Penentuan Harga Jual: Harga Pokok Produksi dan Ekspektasi Laba. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 202–215. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v9i2.8808>
- Gunawan, I. (2022). *Customer Loyalty: The Effect Customer Satisfaction, Experiential Marketing And Product Quality*. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi Dan Industri*, 1(1), 35–42. <https://doi.org/10.37481/jmoi.v1i1.6>
- Harahap, Y. D. H., Aprilia, A., & Maulidah, S. (2023). Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Jatinegara Selama Pandemi Covid-19 Dengan Penerapan

- Theory Of Planned Behavior. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(2), 188.
- Huluk, M. H., Gemina, D., & Andari, T. T. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Teh Botol Sosro. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6799–6816.
- Ismanto, W., T. Munzir, Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Dimensi*, 11(1), 200–210.
- Jahani, & Mulyono, F. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek, Kemasan, Slogan dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Teh Botol Sosro (Studi Kasus Masyarakat Kota Tegal). *Economic Skill Journal*, 3(1), 90–101. <https://m.wartaekonomi.co.id>
- Kadek, N., Wintari, A., & Santoso, A. (2023). *Pengaruh Desain Kemasan , Cita Rasa , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro The Influence of Packaging Design , Taste , and Price on Purchasing*.
- Khofidoh, U., Juanita, R. L., & Yulianto, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , dan Loyalitas Pelanggan terhadap Minat Beli Teh Botol Sosro di Alfamart Tanjung Kabupaten Brebes*. 1(4), 107–120.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Lady, L., Herlina, L., & Yadi, Y. H. (2025). Sertifikasi Halal Dan Desain Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Kepercayaan Dan Permintaan Masyarakat Terhadap Sate Bandeng. *Jurnal Abdi Insani*, 12(3), 1239–1247.
- Leonardo, F., Taufik, N. I., & Rianawati, D. (2019). Characteristis Analysis of Tea Drinker in Bandung. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 77–97.
- Loera, B. L., Murphy, B., Fedi, A., Martini, M., Tecco, N., & Dean, M. (2022).

- Understanding the purchase intentions for organic vegetables across EU: a proposal to extend the TPB model. *British Food Journal*, 124(12), 4736–4754.
- Makrifah, R., & Rahman, M. (2023). Demand Theory of Sharia Micro Economic Perspective. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 3(1), 46–54. <https://doi.org/10.14421/jies.2022.3.1.46-54>
- Maulani, P. N., Oktavia, R., Islamy, U. A., & Hidayat, F. (2023). Konsep dan Teori Permintaan Uang dalam Perspektif Islam. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(3), 234–246.
- Nasution, A. A., Sulihtyaningrum, E., & Dewayani, R. D. (2025). Brandmorphosis Analysis of Teh Botol Sosro. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*, 06(02), 97–114. <https://doi.org/10.36782/jobmark.v6i2.393>
- Novita, N. A. D., & Darmawan, D. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Minuman Kemasan. *Jurnal Bisnis Kolega (JBK)*, 10(2), 27–40.
- Purnomo, H., & Novita, Y. (2024). The Impact Of Branding, Advertising, And Social Media Marketing On Consumer Purchase Intention, Brand Loyalty, And Brand Equity In The Indonesian Market. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(3), 9–15.
- Rachmawati, E. R., Rahmat Syah, T. Y., & Indradewa, R. (2021). Influence of Marketing Mix Strategy on Business Arena Corner. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 76–86. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210812>
- Rahmita, F., Purwaningsih, S., Sari, W. G., Rawati, M., & Effendy, Y. (2023). Teori Permintaan (Demand) Dan Substitusi Efek Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, 2(1), 246–258.
- Rinaldi, D. F., & Arafah, W. (2025). Analisis Positioning Brand Teh Kemasan Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 5(1), 177–182. <https://doi.org/10.25105/v5i1.22088>
- Rozenkowska, K. (2023). *Theory of planned behavior in consumer behavior*

research: A systematic literature review. International Journal of Consumer Studies, 47(6), 2670–2700. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12970>

- Saputra, S. D., Rasyiddin, A., & Kamela, H. (2023). Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian 5 merek teh kemasan botol pada konsumen Toko Torus Tigaraksa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Humaniora*, 3(1), 76–84.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851.
- Silmi, W. I., Kusnandar, & Barokah, U. (2024). Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, Harga, Promosi Penjualan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Teh Bubuk Di Kota Surakarta. *AGRISTA*, 12(2), 88–99.
- Simbolon, Y., Baruz, D. R., Permata, S., & Putriku, A. E. (2025). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Permintaan Produk Kerupuk Opak UD . KARYA BERSAMA potensi besar untuk dikembangkan di pasar lokal maupun nasional . UD . Karya Bersama , produk kerupuk opak mereka . nilai lebih melalui promosi diskon . *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 01–16.
- Sitorus, S. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Teh Pucuk Harum Di Kota MEDAN. *Journal Business and Management*, 1(1), 1–10.
- Situmorang, J. M. H., Novania, R., & Natalia, C. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Di Restoran Wilayah Kelapa Gading. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.30813/fame.v4i1.2781>
- Sugiyanti, L., Dewi, R. S., & Shiddiq, M. Z. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk

- Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Asia. *Masarin, Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional, Vol.2 no.3*, 338–346.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *PENERBIT Alfabeta BANDUNG*.
- Supriyono, S. (2021). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Membeli Teh Botol Pucuk Harum Di Surabaya. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik (JSEP)*, 2(2), 54–64.
<http://www.jsep.sasanti.or.id/index.php/jsep/article/view/34%0Ahttp://www.jsep.sasanti.or.id/index.php/jsep/article/viewFile/34/38>
- Syafitri, A. A., Kusdinar, Y. H., & Sunarny, R. (2024). Inflasi Dan Daya Beli Terhadap Perubahan Harga, Elastisitas Permintaan Dan Perilaku Konsumsi (Studi UMKM Di Kota Bandung). *SISTEMIK: Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 12(02), 164–170.
- Syahrizal, D., & Sigarlaki, F. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Minuman Siap Saji. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 369. <https://doi.org/10.35906/equili.v13i2.2009>
- Triani, I., Sufyadi, D., & Heryadi, D. Y. (2022). Kajian Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Gula Kelapa Di Kab. Pangandaran. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 7(2), 146–158.
- Wang, J., Pham, T. L., & Dang, V. T. (2020). Environmental consciousness and organic food purchase intention: A moderated mediation of perceived food quality and price sensitivity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 1–18.
<https://doi.org/10.3390/ijerph17030850>
- Wardani, R. K., & Manalu, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Intelektiva*, 3(4), 88–95.
<https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/666>

Yusuf, M., & Matiin, N. (2022). Analysis of the effect of the marketing mix on purchasing decisions. *International Journal of Economics and Management Research*, 1(3), 177–182.
<https://ijemr.politeknikpratama.ac.id/index.php/ijemr>

Zahuri, D. M., Abadi, S., & Wijaya, I. P. E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Produk Teh Botol Sosro). *AGRITEPA: Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pertanian*, 10(2), 387–396.
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/agritepa/article/view/3298/3840>



UINSSC