

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, I., David, W., & Ardiansyah, A. (2019). Perception of Millennial Generation Toward Functional Food in Indonesia. *Journal of Functional Food and Nutraceutical*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.33555/jffn.v1i1.11>
- Andri, Y. (2019). *Industri Mamin: Bisnis Teh dalam Kemasan Makin Moncer*. Www.Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191009/12/1157159/industri-mamin-bisnis-teh-dalam-kemasan-makin-moncer>
- Andriani, D. P., Setyanto, N. W., & Kusuma, L. T. W. N. (2017). *Desain dan Analisis Eksperimen untuk Rekayasa Kualitas* (B. Anugrah & R. Kurniawan (eds.); 1st ed.). Universitas Brawijaya Press (UB Press). https://books.google.co.id/books?id=xMxVDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Andrianto, F. (2019). The Influence Of Taste and Product Quality to Purchasing Decisions and Customer Satisfaction (Case study of consumers who buy Entrasol milk in Surabaya). *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 106–110. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.31>
- Andriyanty, R. (2019). PILIHAN KONSUMEN MUDA TERHADAP PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DALAM NEGERI. *Jurnal Mediastima*, 25(2), 205–223. <https://bizfluent.com/info-8698883>
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi Konsumen Generasi Z terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7(2), 280–296. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4694>
- Asman, N. (2020). *STUDI KELAYAKAN BISNIS (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)* (Kodri (ed.); 1st ed.). Penerbit Adab (CV. Adanu Abimata). https://books.google.co.id/books?id=54ESEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Asnawi, S. K., & Wijaya, C. (2005). *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*. Gramedia Pustaka Utama. https://books.google.co.id/books?id=0y2Z7CufKCEC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media* (R. H. M. Meutia (ed.); 1st ed.). Deepublish.

- https://books.google.co.id/books?id=mUkQEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Sensus Penduduk 2020*. Www.Bps.Go.Id.
<https://www.bps.go.id/website/images/se2016/indo/sensus-penduduk-2020.jpeg>
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (A. Supriyatna (ed.); 2nd ed.). Kencana.
<https://books.google.co.id/books?id=rBVNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=#v=onepage&q&f=false>
- Choi, N.-E., & Han, J. . (2015). *How Flavor Works: The Science of Taste and Aroma* (1st ed.). John Wiley & Sons. <https://www.pdfdrive.com/how-flavor-works-the-science-of-taste-and-aroma-e183841806.html>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *PERILAKU KONSUMEN* (1st ed.). PT. RajaGrafindo Persada.
https://books.google.co.id/books?id=U68hEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Destiana, N. (2020). *Mengenal Perilaku Konsumsi Generasi Milenial*. Www.Majoo.Id.
<https://majoo.id/blog/detail/mengenal-perilaku-konsumsi-generasi-milenial>
- Drummon, K. E., & Brefere, L. M. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals, 7th Edition* (7th ed.). John Willey & Sons, inc.
<https://pdfroom.com/books/nutrition-for-foodservice-and-culinary-professionals-7th-edition/zW5n1aX42Nq>
- Febry, T., & Teofilus. (2020). *SPSS : Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis* (D. Putry (ed.); 1st ed.). Media Sains Indonesia.
https://books.google.co.id/books?id=IEQFEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (E. R. Fadilah (ed.); 1st ed.). Penerbit Qiara Media.
<https://books.google.co.id/books?id=XDKaDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Group, O. (n.d.). *Rahasia Dibalik Nikmatnya Sensasi Produk Pangan | OT*. Www.Ot.Id. Retrieved April 13, 2021, from <https://ot.id/research-innovation-1/penelitian-ilmu-pengetahuan/rahasia-dibalik-nikmatnya-sensasi-produk-pangan>

- Gumilang, M. F., Yuliati, L. N., Dikky Indrawan, R., & Fajar Gumilang, M. (2021). Repurchase Intention of Millennial Generation in Coffee Shop with the Coffee-To-Go Concepts. *International Journal of Research and Review (Ijrrjournal.Com)*, 8(2), 347–361. https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.8_Issue.2_Feb2021/IJRR048.pdf
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition* (G. D. Ayu (ed.); 1st ed.). Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=babXDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Hidayat, A. A. (2015). *Metode Penelitian Kesehatan Paradigma Kuantitatif* (Aulia (ed.); 1st ed.). Health Books Publishing. https://books.google.co.id/books?id=voATEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Hulu, V. T., & Sinaga, T. R. (2019). *ANALISIS DATA STATISTIK PARAMETRIK APLIKASI SPSS DAN STATCAL: Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan* (J. Simamarta (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis. https://books.google.co.id/books?id=axjGDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Ikhani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *Jurnal SWOT*, VII(3), 523–541. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/swot/article/view/5586>
- Irawan, H. (2003). *Winning Strategy Strategi Efektif Merebut & Mempertahankan Pangsa Pasar* (A. K (ed.); 2nd ed.). Gramedia Pustaka Utama. https://books.google.co.id/books?id=4etr6xOLiXUC&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Jamaluddin, Asfar, A. M. I. T., Ridwan, M. I., Armansyah, Y., Syamsidar, & Jumadi, S. F. (2020). *Pembuatan Pupuk Organik Guano Kelelawar - Jamaluddin, dkk - Google Buku* (D. E. Restiani (ed.); 1st ed.). Jejak Publisher. https://books.google.co.id/books?id=OkYREAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Jusuf, D. I. (2021). Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online - Dr. Hj. Dewi Indriani Jusuf, S.E., M.Si. - Google Buku. In A. Pramesta (Ed.), *Penerbit ANDI* (1st ed.). Penerbit

- ANDI. https://books.google.co.id/books?id=v7Z-DwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Kardes, F. R., Cline, T. W., & Cronley, M. L. (2010). *Consumer Behavior*. In *South-Western Cengage Learning* (1st ed.). Cengage Learning. <https://www.pdfdrive.com/consumer-behavior-kardes-e18827211.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (16th Global Edition)* (S. Wall (ed.); 16th ed.). Pearson Education. <https://www.pdfdrive.com/principles-of-marketing-e55145433.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (J. Purba (ed.); 12th ed.). PT. INDEKS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. In S. Yagan, E. Svendsen, M. Sabella, & E. Adams (Eds.), *Prentice Hall* (14th ed.). Prentice Hall. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139174749.022>
- Kumparan.com. (2019). *Survei Loyalitas: 38 Persen Konsumen RI Suka Coba Merek Baru / kumparan.com*. WwW.Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/survei-loyalitas-38-persen-konsumen-ri-suka-coba-merek-baru-1relcYltsZN/full>
- Kurnia, L. (2019). *Orang Indonesia pilih kopi ketimbang teh*. WwW.Lokadata.Id. <https://lokadata.id/artikel/orang-indonesia-pilih-kopi-ketimbang-teh>
- Mangiring, H., Simamarta, P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, S., Anggusti, M., & Muliatie, Y. E. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas* (A. Karim & J. Simarmata (eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis. https://books.google.co.id/books?id=mrc0EAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik* (N. Pangesti (ed.); 1st ed.). Ahlimedia Press. https://books.google.co.id/books?id=-_kOEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu* (H. A. Susanto (ed.); 1st ed.). DEEPUBLISH. https://books.google.co.id/books?id=73NRDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

- Nofriansyah, D., & Defit, S. (2017). *Multi Criteria Decision Making (MCDM) pada Sistem Pendukung Keputusan* (C. M. Sartono (ed.); 1st ed.). Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=e11HDwAAQBAJ&lpg=PA9&hl=id&pg=PR1#v>
- =
- Ovan, & Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (A. S. Ahmar (ed.); 1st ed.). Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=mZgMEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran* (Wanda (ed.); 1st ed.). Kencana. https://books.google.co.id/books?id=psLvDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Pew Research Center. (2019). *Where Millennials end and Generation Z begins* | Pew Research Center. Pewresearch.Org. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Pichayadecha, A., & Wisankosol, P. (2020). FACTORS AFFECTING INTENTION TO PURCHASE DECISION ENERGY DRINK IN THAILAND. *AU Virtual International Conference Entrepreneurship and Sustainability in the Digital Era*, 1(1), 314–318. <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/icesde/article/view/4966>
- Pramelani. (2020). FAKTOR KETERTARIKAN MINUMAN KOPI KEKINIAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KALANGAN MUDA. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 121–129. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.121-129>
- Pramesti, G. (2014). *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22* (1st ed.). PT. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=HpJuDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Priyatna, S. E. (2020). *Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS* (J. Simamarta (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis. https://books.google.co.id/books?id=WSrWdWAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS* (P. C. Ambarwati

- (ed.); 3rd ed.). CV. WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press. https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Putra, K. E. S. (2020). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI AIR MINUM KEMASAN YEH BULELENG (Studi Kasus di Kabupaten Buleleng). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 39. <https://doi.org/10.23887/bjm.v6i1.24262>
- Republika.co.id. (2016). *Kunci Sajikan Masakan Nusantara yang Cocok di Lidah Internasional*. Republika.Co.Id. <https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/16/05/29/o7ws2z328-kunci-sajikan-masakan-nusantara-yang-cocok-di-lidah-internasional>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.); 1st ed.). CV. Sah Media. https://books.google.co.id/books?id=pZu-DwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik*. Elex Media Komputindo. https://books.google.co.id/books?id=CTOyDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Sekaran, U., & Bougle, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Jefri (ed.); 7th ed.). Prenada Media Group. <https://books.google.co.id/books?id=DZLYDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Shinta, A. (2011). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Tim UB Press (ed.); 1st ed.). Universitas Brawijaya Press (UB Press). <http://eprints.stiperdharma.wacana.ac.id/157/1/Manajemen-Pemasaran-Agustina-Shinta.pdf>
- Sinuraya, A. Y. B., Rum, M., & Zuhriyah, A. (2021). PENGARUH BAURAN PEMASARAN NIU GREEN TEA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA. *AGRISCIENCE*, 1(3), 597–612. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience/article/view/9762>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing. <https://zenodo.org/record/1117422#.YCP2dmgzBIU>

- Soenarso, K., & Nugroho, B. A. (2019). The Effect of Product, Price, Distribution and Promotion of the Decision to Purchase (Ultra High Temperature Milk) Pt. Ultra Milk Jaya. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3318318>
- Soewito, Y. (2013). KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 218–229. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1649>
- Subagyo, W. H., & Febriana, R. C. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA DI KELURAHAN PABUARAN BOGOR. *Economicus*, 14(1), 78–89. <https://doi.org/10.47860/economicus.v14i1.186>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). Penerbit Alfabeta. https://www.academia.edu/42226342/EBOOK_METODE_PENELITIAN_PENDIDIKAN_PENDEKATAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_R_and_D_Prof_Dr_Sugiyono
- Sujalu, A. P., Latif, I. N., Bakrie, I., & Milasari, L. A. (2021). *STATISTIK EKONOMI 1* (Ulfa (ed.); 1st ed.). Zahir Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=RIAjEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* (1st ed.). GRAHA ILMU.
- Suryanto, M. H. (2017). *Metode riset dan analisis saluran distribusi : model dan pengukuran kepuasan pelanggan saluran distribusi* (T. Lesmana (ed.)). PT. Grasindo. https://books.google.co.id/books/about/Metode_Riset_dan_Analisis_Saluran_Distribusi?id=ZsRGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&newbks=1&newbks_redir=0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Susanti, D. S., Sukmawaty, Y., & Salam, N. (2019). *ANALISIS REGRESI DAN KORELASI* (A. Wibowo (ed.); 1st ed.). IRDH. https://books.google.co.id/books?id=98XODwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda (ed.)). Citapustaka Media. <https://core.ac.uk/display/53037001>

- Talenta Data Indonesia. (2020). *Minuman Teh Kemasan Botol yang Rutin Diminum By Usia - Indonesia Data*. Www.Indonesiadata.Id. <https://indonesiadata.id/downloads/merek-minuman-teh-dalam-kemasan-botol-plastik-yang-paling-sering-dikonsumsi-menurut-usia-dan-jenis-kelamin/>
- Tinambunan, E. C., Syahra, A. F., & Hasibuan, N. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Milenial Terhadap Boba vs Kopi di Kota Medan. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 80–86. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/191>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Andi Offset.
- Usaha, T. D. T. (2019). *Ini Karakter Belanja Generasi Z, Konsumen Masa Depan Bisnis Anda*. Www.Daya.Id. <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/ini-karakter-belanja-generasi-z-konsumen-masa-depan-bisnis-anda>
- Wagiran. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan: : Teori Dan Implementasi* (I. F. Iriyanti (ed.); 1st ed.). Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=vleYDwAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- website dara.co.id. (2019). *Hanya 342-350 Gram/Kapita, Konsumsi Teh Indonesia masih Rendah*. Www.Dara.Co.Id. <https://www.dara.co.id/hanya-342-350-gram-kapita-konsumsi-teh-indonesia-masih-rendah.htm>
- Website Top Brand Award. (n.d.). *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award*. Www.Topbrand-Award.Com. Retrieved April 14, 2021, from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=teh
- Widjaja, Y. R., & Rahmat, F. D. J. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN KAMPOENG SAWAH KABUPATEN BANDUNG. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, Dan Akuntansi*, 9(1), 73–97. <https://doi.org/10.35313/EKSPANSI.V9I1.563>
- Winarno, S. H., & Oktiani, N. (2020). Effect of Products, Promotion, and Distribution of Purchasing Decisions on Fighting Brand From PT. Sinar Sosro. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 161–168. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8379>
- Yudiantara, I. K. G. (2006). *Mengubah Ketidakpastian Menjadi Kekuatan* (B. Sarbana (ed.);

1st ed.). PT. Elex Media Komputindo.

https://books.google.co.id/books?id=mj9s_c7K2QgC&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Yusnita, M. (2019). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen* (Yuli (ed.)). ALPRIN.

https://books.google.co.id/books?id=L_0AEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Yusuf, M., & Daris, L. (2019). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan* (D. M. Nastiti (ed.); 1st ed.). PT Penerbit IPB Press.

https://books.google.co.id/books?id=qrkREAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Zuhra, C. F. (2006). *Flavor (Cita Rasa)*.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/1853/06008758.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

