

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Alexander, L. B. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates: Inc., Hillsdale.
- B., D., & Davis, B. (2002). *Manajemen Mutu Total*, Alih Bahasa; Benjamin Molan, Penyunting Wandansari Mardianti, Edisi Kedua, Jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. 2017. Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang menurut Kabupaten/Kota (unit). [www.sumut.bps.go.id/](http://www.sumut.bps.go.id/) akses pada 7 Juli 2020 pukul 22.30
- Bimo, W. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V. Andi.
- Goetsch, D. L., & Stanley, B. D. (2002). *Manajemen Mutu Total*, Ahli Bahasa: Benjamin Molan, Penyunting Wandansari Mardianti, Edisi Kedua, Jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Indotrading. 2020. Daftar Perusahaan, Importir, Toko, Distributor, Supplier Minuman Sirup Indonesia. [www.indotrading.com/](http://www.indotrading.com/) akses pada 28 Agustus 2020 pukul 11.00
- Habibah, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Dikota Bangkalan Madura. Vol 1, No. 1, 31-48.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*,. Sage: Thousand Oaks, CA.

- Keller, K. (2003). *Strategic Brand Manajemen, Building Measurement and Managing Brand Equity*,. Upper Sadle River: NJ Pearson Education Internasional.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jilid I, Ter. Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1, Alih Bahasa. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2010). *Marketing Manajemen*. Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1995). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Edisi Keduabelas. Jilid I. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks.
- Nugraheni, M. *Analisis Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Wonosobo*. Skripsi Manajemen Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016
- Oktaviani, L. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi (Studi Kasus Pada Kosumen Mie Supermie Di Kota Semarang)*. Skripsi Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2014
- Prawirosentono, S. (2004). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Bumi Aksara.

Raharjo, Sahid. 2014. SPSS Indonesia (Olah Data Statistik dengan SPSS).

www.konsistensi.com / www.spssindonesia.com (diakses tanggal 16  
November 2020)

Rahmad, M. B. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian (Studi Pada Konsumen Teh Pucuk Harum di Kota Malang.

Skripsi Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang. 2018

Riyono, E. B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand  
Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Vol. 8, No. 2.*

Sari, V. A. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Keputusan

Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro. Skripsi  
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Diponegoro 2017

Schiffman, L., Kanuk, & Lesley, L. (2000). *Consumer Behavior*. New Jersey:

Perason Prestice Hall.

Setiawan, U. (2015). "Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualias Produk dan Gaya  
Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini".

Stanton, W. J., & Y., L. (1994). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid I. Jakarta:  
Erlangga.

Sugiyono. (2004). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Bandung:  
Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:  
Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2014). Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah  
Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, F. (2008). Pemasaran Strategik. Edisi 1. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Yesenia, E. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Keputusan  
Serta Loyalitas Pelanggan. Vol. 5, No. 3.

