

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani R. 2013. Pengaruh kualitas produk dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian produk “Kopi Luwak *White Coffee*” (Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga UNESA*. Vol 1 nomor 3.
- Anonim. 2012. *Sarimurni dari Sariwangi*. <http://www.vemale.com>. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2014.
- _____. 2014. *Sariwangi Pemimpin dalam Segmen Teh Celup*. <http://www.unilever.com>. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2014
- _____. 2014^b. *Sekilas Tentang Teh Sarimurni*. <http://www.inforitel.com>. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2014
- _____. 2014^c. *Teh Sariwangi*. <http://www.sariwangi.aea.com>. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2014
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Atmojo, E.D. 2012. Analisis Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Teh Celup Merek Sarimurni. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional. 2013. *Rekapitulasi Hasil Pendapatan Keluarga Tingkat Kota*. Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Statistik Teh di Indonesia*. Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- _____. 2012. *Statistik Daerah Kota Bandar Lampung*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- _____. 2013. *Kecamatan Kemiling Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- _____. 2013^b. *Kecamatan Sukarame Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.

- Engel, J.F., R.D, Blackwell, dan P.W, Miniard, 1995. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Ghani, M. 2002 . *Dasar-Dasar Budidaya Teh*. Penebar Swadaya. Depok.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Herlambang, E.S. 2011 Kajian Perilaku Konsumen terhadap Strategi Pemasaran Teh Herbal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen IPB*. vol 6 nomor 2 September 2011.
- Ihsanudin. 2014. Analisis respon konsumen terhadap faktor-faktor *marketing mix* dalam pembelian produk luwak *white coffie* di pasar swalayan kota Surakarta *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian* vol 3 nomor 2 Oktober 2014.
- Indriantoro, Nur. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPF. Jakarta.
- Jayakusumah, H. 2011. Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus Masyarakat Kota Bekasi) . Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Jonathan, S. 2006. *Panduan Cepat dan Mudah SPSS Ver 14*. Andi. Yogyakarta.
- Kotler ,P dan Amstrong, G. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasran, Edisi Bahasa Indonesia*. Erlangga. Jakarta.
- Lamarto. 1994. *Prinsip pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Malhotra, KN. 2005. *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jilid 2. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Mowen, John, C., dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi Kelima Erlangga. Jakarta.
- Narimawati, U. 2008. *Teknik-Teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Nasir, M. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noviana, A. 2014. Perilaku konsumen dalam pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol 2 nomor 1 tahun 2014.

- Prasetijo, R. 2005. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Pudjowidodo, P. 2010. *Analisis faktor*. <http://statistikarotasi.wordpress.com>. Diakses tanggal 17 februari 2014.
- Santoso, S. 2014. *Statistik Multivariate*. PT Gramedia. Jakarta.
- Saputra, H. 2008. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi oleh Konsumen Rumah Tangga Kota Medan. Tesis. Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sastrosoenarto, H. 2006. *Industrialisasi Serta Pembangunan Sektor Pertanian Dan Jasa Menuju Visi Indonesia 2030*. PT Gramedia. Jakarta.
- Schiffman dan Lazar Kanuk, 2000. *Costumer behavior*. Internasional Edition, Prentice Hall
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media. Jakarta.
- Setiawati. 1991. *Teh Kajian Sosial Ekonomi..* Aditya Media. Yogyakarta.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Singarimbun. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Silalahi, A. 2001. Analisis Perilaku Konsumen Teh Celup dan Implikasinya pada Strategi Pemasaran di Daerah Kotamadya Bogor. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Somantri, R. 2011. *Kisah dan Khasiat Teh*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sulisyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sumarsono. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Supranto, J. 2004. *Analisis Multivariat; Arti dan Interpretasi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Thomas, S. 2007. Minum Teh dan Khasiatnya Bagi Kesehatan. diakses dari <http://www.sinarharapan.co.id/> pada tanggal 15 Februari 2014.
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa, Edisi II*. Andi Offset. Yogyakarta.