

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Agriculture, U. S. (2020). *Coffe: World Market and Trade.Foreign*.
- Aji, S. (2017). Pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian kartu internet Simpati pada mahasiswa STIENU Trate Gresik. *JEK - Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 2(1), 1–9. <https://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/view/8>
- Amar Ma'ruf. (n.d.). *Pengaruh Strategi Promosi Pada Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Solata Café Kota Palopo Amar Ma ' Ruf*.
- Ana, S. R., Ifa, K., Robustin, T. P., & Wiyono, W. (2022). Strategi Inovasi dan Digitalisasi Pemasaran Produk Guna Meningkatkan penjualan pada SNF Jannah. *Progress Conference, Volume 5*, 264.
- Assauri. (2014). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*,.
- Atika Rafli, L. V., Nawaningsih, & yunus Ariyono, K. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 5(1), 71–78.
- Baba, A. (2017). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Jual Terhadap Nilai Penjualan Pada Pt Trans Coffee Bean Kota Makassar*. 129–142.
- Cristina dan Widhya Utama, *Manajemen Ritel*, (Jakarta ,Salemba Empat, 2010. hlm.141.
- Dhenok Indriani Sraino. (2021). *Pengaruh Biaya Promosi dan Distribusi Terhadap Penjualan Kopi Mangrove di PT. Kopi Mangrove Segara Tulungagung*. 6.
- Dian Citasari, D. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Hartini (ed.); ke-1). CV. Media Sains Indonesia.
- Efrianti, K., & Susiladewi, H. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Volume Penjualan Toko Wafa Snack Banjarmasin*.
- Garaika &, & Darmanah. (2019). *Metode Penelitian*. CV. HIRA TECH.

- Idri, hadis. (2015). *Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Islam* (ke-1). Prenadamedia Group.
- Irawan, R., Nawangsih, & Bahtiar, R. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 121–129. <http://jkm.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Kompas.com*. (2021). *Anonim 8 Daerah Penghasil Kopi Terbaik di Indonesia, Toraja dan Sumatera Utara Masuk Daftar*.
- Kompasiana.com*. (2022). *Kopi Gucialit, UKM JuWara dari Kabupaten Lumajang*. (Online). <https://www.kompasiana.com/siklimis/61aafd2b75ead61ef8208f33/kopi-gucialit-ukm-jua-dai-kabupaten-lumajang>
- Kotler, K. dalam M. R. R. L. (2019). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI MASA PANDEMI COVID-19*.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*,.
- Laksana. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Wedding Organizer* (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- M. Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran ( Dasar dan Konsep)* (Q. Media (ed.); ke-1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Mahyarni, M. (2013). *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Masruroh, S., Ermawati, E., & Dimiyati, M. (2018). Pengaruh Perpuaran Piutang, Pertumbuhan Penjualan dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 63–71.
- Nawangsih, N. (2018). *Event Candipuro Culture Festival: Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Budaya Nawangsih STIE Widya Gama Lumajang* *Correspondence email: lovinawang@gmail.com pendahuluan uu no . 10 tahun 2009 mengenai kepariwisataan mengindikasikan wisata adalah kegiatan*. 1, 3. <https://journal.feb.unipa.ac.id/index.php/cmbj/article/view/1/1>

- Paramita & Rizal, N. (2018:5). (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (2nd ed.)*.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, A. M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). Manajemen Pemasaran. *Cv. Media Sains Indonesia, 1*, 1–38. [www.penerbit.medsan.co.id](http://www.penerbit.medsan.co.id)
- Satriadi, D. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.); ke-1). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*.
- Sunyoto, D. (2014). *Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Suparman, D. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di Pt. Slm (Selamat Lestari Mandiri). *Jurnal Ekonomi STIE PASIM SUKABUMI, 07(02)*, 2.
- Sustiyatik, E., & Setiono, B. A. (2020). Pengaruh Product, Price, Promotion, dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Pelayanan Dan Kepelabuhanan, 10(1)*, 75. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i1.75>
- Suyanto, M. (2013). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. CV. Andi Offset.
- Swastha, B. (2013.). *Manajemen Penjualan*.
- Swastha, B. (2019). *Manajemen Penjualan*. BPFEE-Yogyakarta. Hlm.167
- Widarjono. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS (Cetakan Pertama)*,.
- Yulanda, A. C. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Kopi Arabika (Studi Pada Petani Kopi Arabika Kecamatan Bumiaji Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 7*